



**Universidad de San Andrés**

**Departamento de Ciencias Sociales**

**Maestría en Periodismo**

***Debates presidenciales televisivos en la Argentina***

***¿Por qué no fueron posibles?***

**Autor: Pablo Ezequiel Winokur**

**Mentor del Trabajo de Graduación: Alejandro Estévez (PhD)**

**Buenos Aires, diciembre de 2018**

## **Debates presidenciales televisivos en la Argentina.**

¿Por qué no fueron posibles?

Tesis para magister en periodismo

**Autor de la tesis:** Pablo Ezequiel Winokur

**Director de la tesis:** Alejandro Estévez (PhD)

**Maestría en Periodismo - Universidad de San Andrés – Grupo Clarín**

Buenos Aires, diciembre de 2018



## **Tabla de contenido**

<b>Abstract .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Introducción.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Hipótesis .....</b>	<b>9</b>
<b>3. Problemática .....</b>	<b>11</b>
<b>4. Metodología.....</b>	<b>13</b>
<b>4.1 Selección del caso .....</b>	<b>13</b>
<b>4.2 Delimitación de los casos .....</b>	<b>13</b>
<b>4.3 Pertinencia de la investigación.....</b>	<b>14</b>
<b>4.4 Pregunta de la investigación .....</b>	<b>16</b>
<b>4.5 Objetivo de la investigación .....</b>	<b>16</b>
<b>4.6 Estrategia de investigación.....</b>	<b>17</b>
<b>4.7 Fuentes de información y técnicas de recolección de datos .....</b>	<b>22</b>
4.7.1 Fuentes primarias .....	22
4.7.2 Fuentes secundarias.....	24
<b>4.8 Población de estudio .....</b>	<b>24</b>
<b>4.9 Cuestionario .....</b>	<b>25</b>
<b>4.10. Transcripción y análisis de entrevistas .....</b>	<b>26</b>
<b>4.11 Presentación de datos empíricos.....</b>	<b>27</b>
<b>4.12 Criterios de calidad.....</b>	<b>27</b>
<b>4.13. Consideraciones éticas .....</b>	<b>28</b>
<b>5. Estado del Arte .....</b>	<b>29</b>
<b>5.1 Los primeros debates en los Estados Unidos.....</b>	<b>29</b>
<b>5.2 Los debates en la historia .....</b>	<b>30</b>
<b>5.3 Los debates en otros países .....</b>	<b>33</b>
<b>5.4. Los últimos debates relevantes .....</b>	<b>38</b>
5.5.1 Estados Unidos.....	38
5.5.2 España .....	41
5.5.3 Chile .....	43
5.5.4 México.....	46
5.5.5 Brasil .....	49
<b>5.6 Los debates, ¿son buenos para la democracia?.....</b>	<b>54</b>
<b>5.7 Negociación, formatos y organización .....</b>	<b>58</b>
5.7.1 ¿Quién debe organizar los debates? .....	59
5.7.2 La cuestión del formato.....	60
5.7.3 La cuestión de los participantes .....	62
5.7.4 La cuestión del contexto.....	63

5.7.5 La presentación del candidato .....	64
5.7.6 La cobertura de los medios y la cuestión de la difusión.....	64
<b>6. Caracterización del caso .....</b>	<b>67</b>
6.1 El inicio de la democracia .....	67
6.2 La crisis de los partidos .....	71
6.3 El kirchnerismo .....	73
6.4 Los debates porteños .....	75
6.5 La elección de 2015 .....	80
6.5.1 “Argentina Debate”, primera vuelta.....	80
6.5.2 El debate frustrado de TN .....	91
6.5.4 El debate del balotaje de “Argentina Debate” .....	99
<b>7. ¿Qué factores podrían haber hecho caer los debates?.....</b>	<b>106</b>
7.1 La cuestión del organizador.....	106
7.2 La cuestión del formato.....	109
7.3 El factor de las negociaciones .....	111
7.4 La cuestión de los temas .....	116
7.5 La cuestión de los participantes.....	117
7.6. La cuestión del contexto .....	118
<b>8. Conclusiones.....</b>	<b>125</b>
<b>9. Bibliografía.....</b>	<b>130</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>139</b>
<b>Entrevista 1: Co-organizador de Argentina Debate.....</b>	<b>139</b>
<b>Entrevista 2: Asesor en comunicación de Fernando de la Rúa y Mauricio Macri</b>	<b>146</b>
<b>Entrevista 3: Asesor en Comunicación de Daniel Scioli .....</b>	<b>151</b>
<b>Entrevista 4: Asesor en comunicación de Sergio Massa y otros .....</b>	<b>155</b>
<b>Entrevista 5: Productor de TV.....</b>	<b>160</b>
<b>Entrevista 6: Asesor múltiple en debates .....</b>	<b>167</b>
<b>Entrevista 7: Encuestador y consultor.....</b>	<b>171</b>
<b>Entrevista 8: Periodista Clara Mariño .....</b>	<b>176</b>

## **Abstract**

Desde el retorno de la democracia en 1983, la Argentina no ha logrado realizar debates presidenciales televisados en que participaran todos o los más importantes candidatos presidenciales. La única excepción se dio en las últimas elecciones de 2015 donde esto fue posible recién en el balotaje.

En esta tesis se pretende investigar las causas que imposibilitaron la realización de estos cruces y las dificultades en su institucionalización a través de la pregunta de por qué en la Argentina no hubo debates presidenciales por TV en primera vuelta.

Se expondrán también qué casos de debates en la Argentina fueron exitosos, intentando sistematizar las causas que los hicieron posible y analizando su replicabilidad. Se trabajó en un estudio de casos aplicando un cuestionario de tipo semiestructurado a quienes participaron de estos eventos (asesores, organizadores, periodistas, analistas, políticos, etc.).

Se trabaja con la hipótesis de que no hubo debates en primera vuelta de elecciones presidenciales porque en la percepción de los candidatos y equipos de campaña que lideraban las encuestas los días previos a las elecciones, un mal desempeño en el debate podía hacerle perder la ventaja preexistente en aquellas encuestas.

Se desprende de esto que, dada la falta de cultura institucional sobre debates en la Argentina, sólo si los candidatos están en paridad tienden a aceptar el reto. Si existe un claro favorito en las encuestas previas, aquel favorito tiende a negarse a debatir.

Palabras claves: *Argentina - Debates electorales - Campañas - Elecciones 2015*

## **1. Introducción**

El siguiente trabajo intenta explorar a través de un estudio de caso por qué en la Argentina no hubo debates presidenciales entre candidatos por televisión como los que existen en otras partes del mundo. Dado que en la última elección se logró finalmente generar un enfrentamiento televisivo entre los dos candidatos que llegaron al balotaje, se abordará la pregunta de por qué nunca fueron posibles estos debates en primera vuelta electoral con presencia de todos los candidatos.

Se trabaja bajo la hipótesis de que los debates no fueron posibles porque –desde la óptica de los equipos de campaña y otros actores que participan de la organización de estos encuentros- aquel que tenía una ventaja en las encuestas y creía tener asegurada una victoria, declinaba la opción de debatir por miedo a perder esa ventaja.

En el primer apartado de este trabajo (Capítulo 4) se expondrá la metodología utilizada: el estudio de casos (Yin, 2009), junto con la selección del mismo, su delimitación, la pregunta de la investigación y la estrategia. Se planea una serie de entrevistas con un cuestionario semiestructurado a informantes clave que abarquen asesores de los candidatos, organizadores de debates, productores de TV y analistas de opinión.

En el segundo apartado (Capítulo 5), se revisa el estado del arte respecto a los debates presidenciales. Se focaliza en el bibliografía de Estados Unidos, dado que es uno de los países donde esta práctica está más extendida e institucionalizada.

Se describe cómo se daban históricamente los debates políticos públicos, pasando por las asambleas en la Antigüedad, la ausencia de debate en la Edad Media y la instauración de los Parlamentos modernos (Auer, 1962). Más adelante, con el avance

de las democracias representativas los debates sufrieron cambios hasta que comenzaron a darse a través de los medios masivos de comunicación.

Se relata cómo se organizaron los primeros debates por TV norteamericanos (fundamentalmente, el primero entre Kennedy y Nixon), su impacto y cuál fue el camino por el cual lograron la institucionalización<sup>1</sup>.

Luego se analiza la evolución de los debates presidenciales en distintos países hasta el año 2015<sup>2</sup>, haciendo especial hincapié en aquellos que comparten características similares a la Argentina, sea por su sistema de gobierno, su proximidad geográfica o su idioma: Estados Unidos, España, Chile, México y Brasil.

También, dentro del estado del arte, se expone el debate sobre la utilidad práctica de este tipo de instancias de discusión en televisión, intentando exponer los argumentos de aquellos que creen que no sirven para mejorar la calidad democrática y de las instituciones (Auer, 1980; Kirkpatrick, 1979; Polsby, 1979); y de aquellos que creen que son útiles para acercar a más gente a la discusión política (Coleman, 2000; Norris, 2000).

En el último apartado se analiza, a partir de un trabajo de Racine Group (2002), cuáles son las variables más importantes en torno a la producción, desarrollo y evolución de los debates: formatos, moderadores, cantidad de participantes, entre otros.

En el capítulo 6 se inicia la descripción del caso. Se relata por qué no fue posible concretar debates preelectorales en la Argentina en el período desde la vuelta a la democracia (1983-2015).

---

<sup>1</sup> Entendido de acuerdo a Philip Selznick (1962) como la "rutinización" de un sistema formal de reglas y objetivos, y por otra, como un proceso que implica la "internalización de valores"

<sup>2</sup> Se toma hasta el año 2015 por ser la última elección presidencial de la Argentina incluida en el período de análisis.



Se describe lo sucedido en las elecciones de 1983, 1989 y 1995, previo a las presidencias de Alfonsín y Menem, respectivamente. Luego se relata cómo se sobrellevaron dos negociaciones por debates sobre los que hubo avances formales en 1999 y 2003. Por último, en este apartado, se analiza la evolución del tema durante los 12 años que gobernó el kirchnerismo.<sup>3</sup>

En el apartado 6.4, a modo comparativo, se describe lo sucedido en el distrito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde en la categoría a jefe de Gobierno se realizaron debates en todas las elecciones, excepto en la de 2011. Se intenta establecer similitudes y diferencias respecto a lo que aconteció a nivel nacional.

En el punto 6.5, se ingresa en el análisis del último antecedente en organización de debates presidenciales correspondiente a la elección de 2015. Se detallan las dos propuestas de debate, una organizada por el canal de cable Todo Noticias y otra por un conglomerado de organizaciones no gubernamentales llamado “Argentina Debate”.

El primero se canceló por ausencia del candidato oficialista Daniel Scioli; el segundo se realizó sin la presencia de ese candidato. En cambio, en segunda vuelta sí estuvieron cara a cara los dos postulantes más votados.

A lo largo de ese punto se expondrán las visiones de los distintos actores que hicieron a las negociaciones de esos debates.

Por último, en el capítulo 7, se indaga sobre qué factores impidieron la realización de esos debates. Y se indaga sobre qué hubiera pasado, a juicio de los entrevistados, si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes al momento de negociar los debates.

Al finalizar, se expondrán las conclusiones del trabajo.

---

<sup>3</sup> Néstor Kirchner entre 2003 y 2007; y los dos mandatos de Cristina Fernández de Kirchner entre 2007 y 2015).

## 2. Hipótesis

La pregunta de investigación que guía esta tesis es por qué en la Argentina no hubo confrontaciones presidenciales por TV en elecciones generales.

El objeto de estudio son los debates presidenciales en la TV Argentina.

La hipótesis plantea que en la percepción de los actores y dada la falta de cultura institucional sobre debates en la Argentina, sólo si los candidatos están en paridad tienden a aceptar el debate. Si existe un claro favorito en las encuestas previas, aquel favorito tiende a negarse a debatir.

Sólo allanadas las condiciones estructurales previas (paridad en las encuestas) los organizadores (producciones periodísticas o asociaciones civiles) pueden interceder para efectivizar el debate.

Es por esto, que nunca fue posible un debate presidencial en las elecciones generales con presencia de los candidatos más relevantes. De acuerdo a la percepción de los candidatos y equipos de campaña que lideraban las encuestas los días previos a las elecciones, un mal desempeño en el debate podía hacerle perder la ventaja preexistente.

De acuerdo a este argumento, no fue posible organizar un debate presidencial desde 1983 porque en todos los casos existió un claro favorito. Y aquel candidato que iba primero en las encuestas o en la estimación popular siempre rehusó a exponerse a esta práctica.

Al respecto, sirven como contraste las experiencias de la segunda vuelta presidencial de 2015 (balotaje entre Scioli y Macri), donde las encuestas mostraban una mayor paridad (*Encuesta: a dos semanas del balotaje...*, 25/10/15. Clarin.com).

También sirve como contraste la experiencia de la Ciudad de Buenos Aires, en donde – al no haber un claro favorito- sí se logró generar ese tipo de debates, que incluso ayudaron en alguna oportunidad a torcer la elección. En la única elección en que hubo un favorito<sup>4</sup>, el debate se realizó igual porque el candidato que encabezaba las encuestas no quiso romper la tradición.

En esos contextos, los esfuerzos de las producciones periodísticas u organizaciones de la sociedad civil fueron claves a la hora de acercar a las partes, lo que permitió consensuar distintas propuestas de formatos, estilos, y temáticas a discutir.

En el caso de las elecciones generales presidenciales los esfuerzos (cuando existieron) fueron en vano: no lograron sentar a los candidatos a discutir ideas; ni siquiera se logró una exposición de temas y foto conjunta.

---

<sup>4</sup>En la elección de 2015 donde Horacio Rodríguez Larreta Resultaría electo jefe de Gobierno.

### 3. Problemática

En la Argentina la democracia se consolidó recién en 1983, cuando concluyó la última dictadura militar que se había iniciado en 1976.

Desde entonces hubo ocho elecciones presidenciales. Seis presidentes fueron elegidos en comicios populares, dos de los cuales ejercieron dos mandatos constitucionales.<sup>5</sup> La Argentina fue gobernada por jefes de Estado provenientes de tres partidos distintos: la Unión Cívica Radical (UCR) y el Partido Justicialista (PJ) –ambos los más tradicionales de la política local-; y recientemente el PRO de Mauricio Macri, en coalición con la UCR y otros partidos.

Pese a esta consolidación institucional, a lo largo de estas ocho campañas no fue posible realizar un debate presidencial en primera vuelta en que todos los candidatos discutieran entre sí sus propuestas de gobierno.

Siguiendo a Coleman (2000), los debates electorales en televisión ofrecen múltiples ventajas para el sistema democrático y ayudan a la ciudadanía a pensar su voto. El autor plantea que los debates

1. Son la mejor manera de interpelar a un gran número de votantes y son seguidos por más gente que en todo el resto de la campaña.
2. Existe un caudal de datos que indicaría que los debates tienen un impacto educativo porque ofrecen las bases para que la gente se involucre, siga buscando más respuestas, y los deja discutiendo con familia y amigos.

---

<sup>5</sup> No se incluyen los dos designados por el Congreso ni los que ocuparon provisoriamente el cargo.

3. Ayudan a equiparar el acceso a los medios. Si bien hoy en la Argentina está prohibida la publicidad política paga en los medios de comunicación privados, existe una desigualdad entre los candidatos que tienen la posibilidad de usar publicidad oficial y de realizar actos de gobierno, respecto de aquellos que no la tienen. En los debates, en caso de realizarse, el tiempo sería siempre el mismo para todos.

4. Permite a la gente “acercarse” a los candidatos a través de la televisión.

5. Fuerza a los políticos a conocer las posturas de sus rivales y a afianzar las propias.

La ausencia de debates en TV en las campañas presidenciales marca un déficit en los cinco puntos enunciados por Coleman.

Este trabajo pretende establecer las causas por las cuales no se pudo concretar este tipo de discusiones en las elecciones generales argentinas.

## **4. Metodología**

### **4.1 Selección del caso**

Los debates electorales presidenciales televisivos en la Argentina o sus intentos de organización.

- Por ser casos de interés de público conocimiento y relevancia nacional para la democracia argentina.
- La bibliografía existente se limita a una descripción concreta sobre la realización de algunos debates electorales en la Argentina, muchos de ellos a nivel subnacional o se exploran las condiciones que hicieron posible la realización de debates parciales (sin algunos candidatos importantes) en primera vuelta. No hay material previo orientado al análisis de las percepciones de los distintos actores en torno al tema.
- El interés del investigador en las temáticas electorales y de campañas políticas electorales, en adición al acceso a los datos a los informantes clave vinculados a los casos en cuestión.

### **4.2 Delimitación de los casos**

La Argentina tuvo hasta 1983 una sucesión de gobiernos democráticos plenos, golpes militares y democracias restringidas.

Recién en 1983 se instauró una democracia plena en que al menos dos partidos políticos tenían chances reales de llegar al poder. En 1989, por primera vez en la historia desde que rigen elecciones libres, un presidente de un partido (Raúl Alfonsín) le entregó la

banda presidencial a un mandatario de otro partido (Carlos Menem), tradición que se repitió en 1999 y que no volvió a suceder<sup>6</sup>.

Es a partir de esta restauración democrática cuando se hace posible el intento de organización de debates electorales entre los principales candidatos a presidente.

Para esta investigación se analizan desde la perspectiva de los actores cuáles fueron las causas que imposibilitaron la concreción de los debates y se pone especial foco en el caso de las elecciones 2015, cuando finalmente se logró hacer uno en primera vuelta, aunque sin el principal candidato. Esa experiencia fue la base del enfrentamiento televisivo que luego se concretaría en segunda vuelta.

También se explora acerca de las causas que posibilitaron la concreción de debates en la Ciudad de Buenos Aires.

#### **4.3 Pertinencia de la investigación**

La investigación social es una forma de conocimiento empírico e histórico dado que las temáticas y formas de estudio están profundamente afectadas por el contexto social y económico del momento histórico en que se ubica la investigación (Sautu, 1998)

Es en ese contexto político, institucional, económico y social donde radica la pertinencia de este trabajo.

Desde 1960 cuando se dio el primer debate presidencial de trascendencia internacional, la mayoría de las democracias ha logrado desarrollar enfrentamientos televisivos entre

---

<sup>6</sup> Cristina Kirchner en 2015 se negó a entregarle los atributos presidenciales a Macri por una diferencia en torno al lugar donde debía darse esa ceremonia.

sus principales candidatos a acceder a la presidencia o jefatura de gobierno como forma de discutir ideas de cara a la ciudadanía.

Desde entonces distintos países incorporaron los debates a su dinámica preelectoral: Canadá, Alemania, Holanda, Australia, Francia, Gran Bretaña y España son algunos ejemplos.

En América Latina lograron institucionalizar sus debates Brasil, Chile, Colombia, México y Perú, al tiempo que Uruguay pudo organizarlos al inicio de su democracia, (aunque desde 1999 discontinuó esa tradición).

Se entiende por institucionalización el concepto planteado por Philip Selznick (1962) por una parte la "rutinización" de un sistema formal de reglas y objetivos; y por otro, como un proceso que implica la "internalización de valores". Con un criterio similar Samuel Huntington (1968) habla de la "institucionalización política", como el "proceso por el cual adquieren valor y estabilidad las organizaciones y procedimientos".

En la Argentina, la democracia recién se consolidó en 1983 y por lo tanto no existieron condiciones previas para la realización de un debate presidencial. Pero desde 1983 a la fecha tampoco se pudo imitar esta práctica, tal como se narró en los antecedentes. Recién en 2015 se generó una instancia coordinada por organizaciones de la sociedad civil en la que estuvieron todos los candidatos menos uno; luego en el balotaje sí se presentaron los dos candidatos.

Esta investigación sobre los motivos por los que fracasaron o no esas propuestas de debate pretende convertirse en una herramienta de futuros trabajos que busquen resolver los conflictos que imposibilitaron su concreción. Y allanar los caminos para lograr los



acuerdos entre las fuerzas políticas, de modo de que en las siguientes elecciones puedan ser concretados.

#### **4.4 Pregunta de la investigación**

La pregunta de investigación señala qué es lo que se intenta comprender e indica la dirección de la investigación.

Dado el carácter inductivo del estudio, siguiendo a Nora Mendizábal (2007), se evita introducir conceptos teóricos.

¿Por qué en la Argentina no hubo debates presidenciales por TV en primera vuelta presidencial? ¿Por qué los candidatos se negaron a este tipo de enfrentamientos? ¿Qué impacto tiene esta ausencia de debate en la calidad de la democracia? ¿Hasta qué punto la ciudadanía lamenta esta ausencia? ¿Cómo trabajaron las producciones periodísticas, universidades y organizaciones sociales para lograr estos debates? ¿Cómo se perciben desde los equipos de campaña los debates y la organización de los mismos?

#### **4.5 Objetivo de la investigación**

##### **Objetivo general**

Describir y analizar desde la percepción de los actores involucrados en la organización de los debates presidenciales (candidatos, asesores, productores de TV, referentes de

organizaciones sociales y encuestadores) cuáles han sido los criterios utilizados para definir la participación o no en los debates presidenciales.

### **Objetivos específicos**

- Describir cómo es la organización de los debates en otras partes del mundo y compararlo con la metodología utilizada en la Argentina para su concreción
- Identificar desde la mirada de los candidatos, asesores, productores de TV, referentes de organizaciones sociales y encuestadores las causas por las que no fue posible realizar debates televisivos en primera vuelta electoral con los candidatos con más chances de llegar a la presidencia.
- Analizar la importancia e incidencia de los debates en una campaña electoral como herramienta para fortalecer la democracia, desde la perspectiva de los candidatos, asesores, productores de TV, referentes de organizaciones sociales y encuestadores

### **4.6 Estrategia de investigación**

La metodología, métodos y técnicas de recolección de datos, así como su análisis, no son más que islas de conocimiento formalizado y explicitado que se ubican en un mar de conocimiento tácito y no explicitado, propio de toda actividad humana (Marradi, 2007)

Son las estrategias, tácticas y técnicas, que en su conjunto se mencionaran como metodología, las que permiten descubrir y consolidar el conocimiento científico.

La investigación requiere de un diseño, una “estructura construida por un conjunto de decisiones previas al contacto del investigador con los hechos de su interés” (Valle, 1997).

Según Valle, el diseño se puede realizar entre dos polos: el estructurado y el emergente. En el primer caso, todas las decisiones son tomadas antes del contacto con los datos: todo se planifica con antelación y se sigue rigurosamente el plan establecido. En el polo emergente, no hay nada planificado y las decisiones se van tomando a medida que llegan los datos. Siguiendo a Valle, entonces, se considera que esos dos opuestos no son realistas porque un diseño tan estructurado reduce la investigación a un conocimiento impersonal. En el caso de la presente investigación es fundamental la subjetividad de los hechos sociales.

Por eso en la práctica se apela a un diseño flexible con mayor o menor grado de planificación, siendo más flexibles las investigaciones cualitativas como la presente, dado que en ciencias sociales existen circunstancias que solo se plantean al enfrentarse al objeto de estudio. Se trata de diseños interactivos que se dan a partir del diálogo entre las decisiones previas al contacto con los datos y el objeto de estudio, siendo un planteo holista y reflexivo (Gómez, 2015).

La investigación será de tipo cualitativa. De acuerdo a Pita Fernández y Pértegas Díaz (2002), la diferencia principal entre cuantitativo y cualitativo es que uno estudia variables cuantificadas y pretende establecer las relaciones entre ellas (cuantitativa) mientras que la otra (cualitativa) busca analizar variables no cuantificadas en contextos estructurales y situacionales orientándose hacia el estudio en profundidad de las realidades y su sistema de relaciones. “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de

los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada” (Pita Fernández y Pértegas Díaz, 2002).

De acuerdo a Pérez Serrano G. (1994), en la investigación cualitativa el foco de interés y centro de la investigación es la “cualidad, naturaleza o esencia” del fenómeno a investigar; en cambio en la cuantitativa es la cantidad, el “cuántos”. En la cualitativa se busca la comprensión, descripción; mientras que en la cuantitativa se busca la predicción, control o confirmación de hipótesis.

Por otro lado, al plantear la recolección de los datos la muestra de la cualitativa puede ser pequeña y no aleatoria, mientras que la cuantitativa tiene que ser grande, aleatoria y representativa.

El trabajo que se realiza no pretende establecer la predicción o el control de los hechos, frente un caso particular como son los debates presidenciales en la Argentina. Por lo tanto, se optó por una metodología cualitativa, holística y flexible, que permita un diálogo entre el marco teórico-metodológico y los datos.

Para estudiar en profundidad la percepción de los actores en torno a estos casos, se siguió la estrategia del estudio de casos

La metodología que se utilizará para la realización de esta tesis es el estudio de caso múltiple que permitirá contrastar la hipótesis con los testimonios de los actores que protagonizaron las negociaciones por los debates en la Argentina y las estrategias de campaña de los candidatos

De acuerdo a Robert Yin (2009) existen tres factores que determinan la pertinencia de una metodología frente a otra como estrategia de investigación:

- El tipo de pregunta de investigación;
- el control del investigador sobre el comportamiento de los eventos;
- y la ubicación del foco temporal de la investigación.

Según su perspectiva, el estudio de caso es la mejor y más eficaz estrategia frente a una pregunta de “cómo” o “por qué” referida a un “conjunto contemporáneo de eventos sobre los que el investigador tiene poco o ningún control”.

“El estudio de caso se prefiere en el examen de los eventos contemporáneos pero cuando las conductas pertinentes no pueden manipularse. El estudio del caso confía en muchas de las mismas técnicas que la investigación histórica, pero agrega dos fuentes de evidencia normalmente no incluidas en el repertorio de los historiadores: la observación directa y la entrevista sistemática”, dice Yin.

“El estudio de casos permite una investigación que conserva lo holístico y el sentido característico de los eventos de la vida real”, explica.

El estudio de casos parece responder a estas exigencias que planteaba la pregunta de investigación de “por qué en la Argentina no hubo/hay debates presidenciales”.

- Se trata de una pregunta de investigación de forma “cómo” o “por qué”.
- El investigador no tiene control sobre el comportamiento de los eventos ni tampoco sobre la percepción de los entrevistados.
- Se trata de hechos contemporáneos. Siguiendo a Yin “se trata de una pregunta empírica que investiga a un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de

vida real” en que “los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes”.

La investigación se enmarcará en el paradigma interpretativo, buscando entender el fenómeno a investigar desde la perspectiva de los actores directamente involucrados en el hecho social, de acuerdo a los cuatro supuestos básicos explicados por Visialachis de Gialdino (2006).

“Dado que la sociedad es una producción humana, para su análisis, la búsqueda de las motivaciones de la acción y significados sociales se ubica por sobre el estudio de las causalidades y generalizaciones (...)

- Este mundo constituye el contexto en el que se dan los procesos de entendimiento, que proporciona los recursos necesarios para la acción y que se presenta como horizonte, ofreciendo a los actores patrones y modelos de interpretación (...)
- la comprensión de la realidad simbólicamente preestructurada de cada contexto requiere la función participativa del intérprete que no "da" significado a las cosas observadas sino que hace explícita la significación "dada" por los participantes (...)
- los conceptos de segundo grado creados por los investigadores para reinterpretar una situación que ya es significativa para los participantes son, a su vez, utilizados por los individuos para interpretar su situación convirtiéndose, en virtud de esa apropiación, en nociones de primer orden”.

En este caso, el trabajo se desarrolla en función de las interpretaciones vertidas por los actores involucrados en la organización de los debates y las campañas políticas, siendo el investigador quien hace explícitas esas significaciones.

## **4.7 Fuentes de información y técnicas de recolección de datos**

Las fuentes de información se orientaron a clarificar el objeto de estudio y caracterizar los sucesos en torno a los debates presidenciales por TV en la Argentina.

### **4.7.1 Fuentes primarias**

#### **Entrevistas a informantes clave**

Cabe recordar -siguiendo a Kornblit (2007)- que “los actores sociales tejen sus propias interpretaciones de los sucesos, los narran de una forma u otra, por ende, una misma realidad puede ser representada con diferentes expresiones por distintos actores”.

Es por eso que se busca interpretar la realidad a partir de esos sujetos activos para obtener información e interpretaciones de los hechos. Se seleccionaron aquellos sujetos que participaron en negociaciones de debates presidenciales (y/o de otras categorías), seleccionando a los entrevistados priorizando aquellos que hayan participado de más negociaciones.

- Jefes de campaña de candidatos presidenciales.
- Jefes de comunicación de candidatos.
- Jefes de producción o conductores de programas televisivos que organizaron o intentaron organizar los debates.
- Representantes de ONGs que organizaron o intentaron organizar debates.
- Encuestadores que participaron en campañas.
- Consultores externos de los candidatos.

Los entrevistados fueron seleccionados a raíz de su involucramiento con los casos y su conocimiento en la temática de estudio. En las entrevistas se apela a obtener información de los hechos empíricos.

El rol del entrevistador en esta circunstancia es el de comunicar y traducir las distintas acciones de aquellos sujetos. “La dificultad de dar cuenta de la interpretación de los hechos por otros sujetos, de su identidad y contexto, lleva a la tematización de las entrevistas como camino para acceder a una serie de experiencias y fenómenos de interés para el científico” (Kornblit, 2007).

Se realizó previamente un cuestionario semiestructurado a ocho informantes clave. Cada uno de los entrevistados fue seleccionado a raíz de su involucramiento con los casos o su conocimiento sobre la temática de estudio y buscando diversidad en los roles y representaciones de modo de que estuvieran expresadas las voces de los distintos tramos de la organización de los debates y de los candidatos que participaron en las últimas elecciones. Como se explicó anteriormente, se buscaron en lo posible testimonios de informantes que hayan participado de negociaciones de la mayor cantidad de debates posibles, sean estos presidenciales o no.

Las entrevistas fueron acordadas telefónicamente informando a los entrevistados el motivo de la misma y el motivo de su elección como informante clave. En cambio no se les detalló la hipótesis de este trabajo para conocer su perspectiva sin estar condicionado por esa información. Se les dijo que la entrevista sería anónima y confidencial.

Las entrevistas fueron realizadas de manera presencial. Al finalizar cada entrevista fue transcripta para su posterior análisis.



Solo en el caso de la periodista Clara Mariño, la entrevista se hace con nombre y apellido por pedido expreso de la entrevistada.

#### **4.7.2 Fuentes secundarias**

- **Marco jurídico vigente**
  - Constitución Nacional – reforma de 1994.
  - Ley N°27.337 – Debate presidencial obligatorio.
- **Archivo periodístico.** Se recurrió al archivo periodístico del diario Clarín, la hemeroteca del Congreso de la Nación y los archivos en internet de los principales medios nacionales.
- **Material bibliográfico.** Se accedió a publicaciones académicas y revistas especializadas. El material estudiado fue en idioma español e inglés, siendo las traducciones en este caso realizadas por el autor de esta tesis.
- **Material fílmico.** Se accedió al archivo fílmico de Artear SA dueña de los derechos de los debates realizados por “A Dos Voces”. Los debates de “Argentina Debate” están en la plataforma YouTube.

#### **4.8 Población de estudio**

Se entrevistó a ocho informantes clave, seleccionados a partir de un muestreo no probabilístico (es decir, cuando no se tiene acceso completo a la lista de individuos que forman la población o marco muestral). El criterio de acceso a ellos fue el llamado “muestreo por conveniencia”, es decir seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible y por la proximidad de los sujetos para el investigador (Cotzen y Manterola, 2017).

- Grupo 1. Representantes de candidatos.
- Grupo 2. Organizadores de debates.
- Grupo 3. Encuestadores, analistas o consultores externos.

Cabe mencionar que para este trabajo se omitieron las entrevistas a los candidatos a presidente por la dificultad de acceder a ese tipo de testimonio, dado que la mayoría de ellos se mantiene en la actividad pública.

#### **4.9 Cuestionario**

Se presenta el cuestionario inicial de las entrevistas semiestructuradas. Se aclara que en ocasiones, cuando el entrevistado responde previamente una pregunta posterior, el entrevistador puede omitir la pregunta o reiterarla para conseguir una definición más acotada. En algunos casos se apeló a repregunta para lograr más especificaciones.

Este cuestionario semiestructurado permite establecer comparaciones de equivalencias o diferencias en las respuestas.

1. ¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?
2. ¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó? ¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?
3. En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?
4. ¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?

5. Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?
6. ¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?
7. ¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?
8. ¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?

#### **4.10. Transcripción y análisis de entrevistas**

De acuerdo a la propuesta de Esper (2010) las entrevistas fueron transcritas de acuerdo a lo que Farías y Moreno (2005) llaman grado medio de edición.

Los autores exponen el carácter interpretativo de la transcripción que requieren una intervención por parte del investigador a la hora de transcribir. Sean pausas, sobreentendidos, gestos o muletillas. “La transcripción no debe verse como un traslado pasivo de signos, sino como parte decisiva de la ‘construcción’ de los datos, o como una verdadera y compleja traducción—es decir, como un momento genuinamente *interpretativo*”, sostienen Farías y Moreno.

Así establecen que existen tres grados de edición: bajo, medio y alto, dependiendo del nivel de intervención realizado por el investigador.

“Dentro del grado medio de edición o intervención, cabe ubicar aquellos casos en los que se interviene más sobre el texto, pero sin agregar en ningún momento frases o palabras que no hayan sido efectivamente pronunciadas por los informantes”, explican.

Con el objetivo de clarificar la lectura y comprensión las entrevistas fueron transcritas con un grado medio de edición eliminando repeticiones, muletillas, pausas accidentales e intervenciones del entrevistador. A su vez, se reorganizó el texto en base a un criterio temático.

Para preservar la identidad de los informantes clave se omite el nombre y apellido de los mismos, dejando expresada su función durante los hechos que se relatan en este trabajo.

#### **4.11 Presentación de datos empíricos**

Siguiendo los trabajos de Susana Esper (2010), Débora Bak (2013) y Leandro Gómez (2015), tratándose de un estudio de caso, la presentación de la evidencia empírica sirve como medio para contar la historia de los casos en cuestión.

Para ese fin se fueron intercalando las entrevistas con las interpretaciones del investigador, interconectándolo con el marco teórico.

#### **4.12 Criterios de calidad**

Los criterios tradicionalmente usados para evaluar la calidad de una investigación científica son la validez interna, validez externa, confiabilidad y objetividad. Sin embargo, estos criterios fueron redefinidos por Guba y Lincoln (1994) en el caso de las ciencias sociales.

- Credibilidad. Que el conocimiento producido por el investigador esté fundado adecuadamente sobre los datos. Para eso se procuró que en la interpretación de los datos se respetara la perspectiva de los entrevistados; se obtuvieron datos

novedosos para una mayor comprensión del tema; se trianguló la información a través de distintas técnicas (bibliografía y entrevistas); y para aumentar la confiabilidad de los datos, se trabajó con auditores externos entendidos en el objeto de estudio para que revisen la información.

- Transferibilidad. Dado que para este trabajo se usa la metodología de estudio de caso, no se pretende que el conocimiento logrado se transfiera automáticamente a otras esferas.
- Seguridad. Se implementaron procedimientos para la obtención de datos, transcripción de entrevistas y la interpretación de las mismas.
- Confirmabilidad de los datos. Los hallazgos surgen de datos en base a las percepciones de los entrevistados y a las interpretaciones del investigador (Mendizábal, 2007).

#### **4.13. Consideraciones éticas**

Dado que los informantes clave son figuras públicas que hasta el día de hoy siguen trabajando en el ámbito público, se tuvieron en cuenta algunas consideraciones éticas debido a que en muchos casos compartieron información confidencial con el investigador. Por la sensibilidad de los datos que manejan, y para lograr una mayor apertura por parte de los informantes clave, es que se decidió que los entrevistados no aparezcan con sus nombres sino con sus funciones..

Todos los informantes fueron notificados sobre el motivo de la investigación, el marco académico en que se realiza y el método en que sus declaraciones serían transcritas. Las entrevistas no fueron grabadas y las transcripciones fueron puestas a su disposición.

## **5. Estado del Arte**

Más allá del análisis concreto sobre la situación de Argentina en torno a los debates electorales, y en particular los presidenciales, se revisó a los fines de esta tesis la bibliografía existente en materia de organización de debates presidenciales a lo largo del mundo.

La bibliografía existente sobre la temática se centra en los debates presidenciales de los Estados Unidos dada la relevancia que tiene esta práctica en ese país. Por esta misma razón, la bibliografía sobre la temática en la Argentina no se centra en debates presidenciales.

Se analizará brevemente la historia de los debates políticos en el mundo y la irrupción de la televisión como medio para amplificarlos; se describirá qué países sí adoptaron y en qué condiciones los debates televisados; se expondrá la discusión académica sobre si los debates son buenos o no para la democracia. Luego se analizarán cuestiones vinculadas al formato y la organización, y a la posterior cobertura mediática de los debates y su influencia en el desarrollo de los comicios.

### **5.1 Los primeros debates en los Estados Unidos**

El primer debate televisado de la historia de gran difusión tuvo lugar en los Estados Unidos en 1960. Se enfrentaron por la presidencia el senador demócrata John F. Kennedy y el republicano Richard Nixon. Aquel debate marcó el inicio de una tradición en los Estados Unidos.

Desde entonces en los Estados Unidos en 13 elecciones presidenciales se hicieron debates<sup>7</sup>. La práctica fue replicada en la buena parte de los países del mundo occidental<sup>8</sup>.

Aquel debate entre Kennedy y Nixon tuvo una serie de características que lo convirtieron en un hito. Tal vez, la más saliente fue el dedicado cuidado de la imagen que generó Kennedy en desmedro de Nixon, quien subestimó el tema<sup>9</sup>. Algunos estudios, determinaron que aquellos que habían escuchado el debate por la radio creían que el debate lo había ganado Nixon, mientras que los que lo vieron por TV dieron por ganador a Kennedy (Sindlinger & Co. 1960).

Esta anécdota, luego fue refutada (o al menos minimizada) por algunos estudios posteriores (Vancil y S. D. Pendell , 1987)<sup>10</sup>, pero sirvió como base fundacional de todas las investigaciones que se hicieron sobre los debates electorales televisados.

## **5.2 Los debates en la historia**

1960 marcó un cambio de época, pero naturalmente no fue el inicio de los debates políticos públicos. Los debates públicos se originaron en la antigua Atenas en el inicio de la democracia ateniense. Allí existía una democracia directa en que los ciudadanos discutían en asamblea, aunque la ciudadanía excluía a los esclavos y las mujeres. La tradición fue continuada por los romanos.

---

<sup>7</sup> Se incluye la elección presidencial de 2016, fuera del período analizado en esta tesis

<sup>8</sup> Ver apartado sobre algunos de los países que lograron organizar debates.

<sup>9</sup> <https://constitutioncenter.org/blog/the-debate-that-changed-the-world-of-politics>

<sup>10</sup> D.L. Vancil y S. D. Pendell, The Myth of Viewer-Listener disagreement in the first Kennedy-Nixon Debate. Central States Speech Journal Vol 38. (1987). Pp. 16-27. Se analizan y refutan los mitos en torno a esa hipótesis.

Durante la Edad Media, la discusión política quedó limitada entonces a claustros académicos, dado que el poder se concentró monolíticamente en figuras políticas (reyes y sacerdotes) y en los señores feudales, poseedores de las tierras (Auer 1962).

Los debates resurgieron en el siglo XVII con el ascenso del Parlamento británico en medio de guerras y conflictos entre monarcas y parlamentarios. El Parlamento inglés fue el precursor de una serie de cambios que se iban a generar en Europa. Al principio, los debates fueron en el Parlamento eran cerrados y circunscriptos a los representantes o a una elite política. En el año 1641, se empezaron a imprimir noticias sobre las sesiones y recién en 1774 se abrieron las sesiones al periodismo; sin embargo, aunque los periodistas podían presenciar las sesiones, no tuvieron permitido tomar nota hasta 1783. En 1839 se empezaron a publicar las versiones taquigráficas (Coleman, 1999).

Las democracias representativas se propagaron en el mundo y con ellas se multiplicó el debate político. Los debates más populares -que llegarían luego a ser icónicos como “ideales discursivo” (Habermas, 1987)- fueron aquellos que mantuvieron en 1858 los candidatos a senador por Illinois Abraham Lincoln y Stephen Douglas, enfrentados principalmente por la abolición de la esclavitud. Fueron siete debates que recibieron el título de “los grandes debates”. A partir de su surgimiento, parte de la literatura sobre el tema empezó a considerarlos como el modelo a seguir.

Más adelante, la discusión pública se trasladó a la radio. En Estados Unidos, apenas se pudieron desarrollar dos debates en las primarias republicanas de 1948 y en las primarias demócratas de 1956.

Los primeros debates televisivos se dieron en Suecia a fines de los años 50. Y aunque tuvieron trascendencia local, no llegaron a tener el impacto internacional que tuvo el primero entre Kennedy y Nixon.



¿Por qué tuvo ese impacto el debate norteamericano? Coleman (1999) establece algunas causas:

- Por lo que la TV representa en la sociedad norteamericana.
- Por lo que significa una elección presidencial en un sistema presidencialista donde la figura del candidato adquiere la máxima supremacía.
- Por el poder que tiene un presidente electo a partir de una elección presidencial.
- Por el poder que tiene el presidente de los Estados Unidos y su influencia en el mundo entero.

Pese a lo popular que resultó aquel debate no sólo en audiencia<sup>11</sup> sino por los análisis posteriores, los Estados Unidos no pudieron hacer otro debate en las elecciones presidenciales de 1964, 1968 y 1972.

Sólo cuando Carter aceptó debatir en 1976 se retomó la costumbre que quedó finalmente institucionalizada cuando Ronald Reagan en 1984 aceptó someterse al debate siendo él presidente que buscaba la reelección. Desde entonces, todos los candidatos debaten aunque no existe una ley que los obligue a hacerlo.

La legislación norteamericana establece que sólo las organizaciones sin fines de lucro que no apoyen ni favorezcan a ningún partido pueden organizar debates. La Liga de Mujeres Votantes patrocinó los debates de 1976, 1980 y 1984. Los siguientes debates fueron esponsorados por la Comisión para los Debates Presidenciales (CDP), una organización sin fines de lucro y apartidaria pero con presencia de los presidentes de los dos partidos mayoritarios.

---

<sup>11</sup> El primer debate fue visto por 70 millones de personas.

### **5.3 Los debates en otros países**

Desde 1960 distintos países incorporaron esta práctica como Canadá en 1962, Alemania en 1969, Holanda en 1977, Australia en 1984.

**Según Ruiz y Aberro (2012)** en América Latina hay países “como Brasil, México, Costa Rica, Perú, Colombia y Chile, está incorporándose como un requisito informalmente obligatorio para el candidato presentarse a un debate presidencial”

Por otro lado hay países en que “la ola de debates terminó o nunca llegó”. Entre los primeros se ubica a Uruguay, Venezuela, Ecuador<sup>12</sup> y Bolivia habían logrado la práctica en algún momento pero quedó discontinuada. En cambio, Cuba, República Dominicana<sup>13</sup> y Argentina nunca habían tenido esta experiencia.

Otros países de la región o del mundo que lograron experiencias en la materia.

**Brasil.** Tuvo su primer debate electoral unos días antes del célebre Nixon-Kennedy. Con la primavera democrática, se retomó la tradición con intermitencias. En las elecciones de 1989, Fernando Collor de Melo y Luis Inazio Lula Da Silva se enfrentaron. En 1994, también debatieron públicamente los entonces candidatos Fernando Enrique Cardoso y Leonel Brizola.

En 2006 se realizaron siete debates presidenciales, todos organizados por distintos canales de TV. El candidato ganador, Luiz Ignacio Lula Da Silva, no participó en ninguno en primera vuelta electoral y obtuvo duras críticas por eso. En la segunda vuelta, si confrontó contra el candidato Geraldo Alckmim (PSDB) en TV en los canales Bandeirantes, SBT, Rede Record y TV Globo

---

<sup>12</sup> A los fines de este trabajo se hace un corte en 2015, último año de elecciones en la Argentina. Sin embargo en 2017 lograron su debate presidencial con todos los candidatos presentes.

<sup>13</sup> En 2016 hubo un debate en que participaron todos los candidatos, menos el ganador.

En 2010 debatieron por TV, y una vez en cada canal, los candidatos Dilma Rousseff, del Partido de los Trabajadores (PT); y José Serra, del Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB); Marina Silva, candidata del Partido Verde, y Plínio Arruda Sampaio, del Partido Socialismo y Libertad (PSOL).

En las elecciones de 2014 hubo cinco debates en la primera vuelta y cuatro en la segunda, que se detallan en el siguiente apartado.

**Chile.** El primer debate presidencial fue organizado en 1989 entre los candidatos Patricio Aylwin (Concertación) y Hernán Büchi (Unión Demócrata Independiente). Fue televisado por Canal 13, contó con un moderador y cinco panelistas periodistas.

Desde entonces, en todas las elecciones se organizaron debates aunque no siempre con la participación de todos los candidatos. En 1993 incluyeron preguntas de los ciudadanos; en 1999 tuvo un panel con cinco periodistas de las principales señales chilenas.

En 2005, cuatro candidatos se enfrentaron en una contienda organizada por Canal 13 y CNN en español y moderada por un periodista de cada señal.

En 2009, en la elección que ganó Sebastián Piñera, hubo cuatro debates televisados: tres de ellos fueron organizados por las señales de TV (incluyendo la TV pública) y un cuarto fue organizado por la Asociación Nacional de Prensa y retransmitido por CNN en español. Se había organizado un quinto en el Encuentro Nacional de Empresarios pero a último momento el candidato de la Concertación Eduardo Frei canceló su presencia.

En 2013, la TV organizó dos debates en primera vuelta, pero sólo a uno fueron los nueve candidatos; al otro faltó Bachelet. En segunda vuelta hubo uno.

**Colombia.** Al igual que Brasil, contempla desde 2005 en su ley electoral la realización de tres debates de hasta 60 minutos cada uno.

En las elecciones de 2010, hubo dos organizados por canales de televisión: RCN y Caracol. En el primer debate, de RCN, participaron seis periodistas y siete candidatos, e incluyó además preguntas de otros periodistas.

Además, el diario El Tiempo y los canales CityTV y la radio W organizaron un tercero; gremiales empresarias desarrollaron tres discusiones más limitadas a cuestiones económicas.

En 2014 la tradición se repitió, tanto en primera vuelta como en balotaje, con la asistencia del presidente Juan Manuel Santos que buscaba su reelección.

**México.** Aunque también hubo debates en los 60, la tradición se retomó en 1994, cuando se enfrentaron cuatro candidatos. En 2000, hubo dos entre seis candidatos a la presidencia y fue transmitido por Internet. En las elecciones de 2006, se organizaron cuatro, aunque no todos los candidatos participaron en todos los encuentros. A partir de ese año los debates están reglamentados por una ley de 2007/2008. En 2012 hubo dos con la participación de todos los candidatos.

**Uruguay.** El primer antecedente de debate televisivo importante fue en 1980, plena dictadura militar, cuando el gobierno de facto intentó promover una reforma constitucional y así legitimarse en las urnas. El debate fue clave en el resultado final del plebiscito (ganó el no por 57% y fue el principio de la apertura democrática en el país).

Ya en democracia, en 1989 se organizó una serie de siete debates entre diferentes candidatos, aunque el más recordado fue el último, en que se enfrentaron Jorge Batlle (Partido Colorado) y Luis Alberto Lacalle (Partido Nacional).

En 1994 se organizaron debates con diferentes candidatos, aunque algunos de ellos se negaron a participar. Entre 1999 y 2014 los candidatos del Frente Amplio no aceptaron participar con lo cual, perdieron relevancia al no estar los candidatos más chances de llegar a la presidencia.

**Perú.** El primer debate se hizo en 1990 entre Alberto Fujimori y Mario Vargas Llosa. En 2001, se enfrentaron los candidatos Alejandro Toledo y Alan García, en segunda vuelta. Ese encuentro fue organizado por la Asociación Civil Transparencia, y fue coordinado por un moderador y cuatro panelistas/periodistas. Fue transmitido por las señales públicas Televisión Nacional del Perú y Radio Nacional del Perú, y retransmitido en vivo por las señales privadas.

En 2006, se realizó uno entre los candidatos presidenciales Ollanta Humala Tasso (PNP) y Alan García (APRA).

En 2011 hubo dos debates presidenciales. En el segundo participaron los principales cinco candidatos presidenciales –Alejandro Toledo Manrique (Perú Posible), Ollanta Humala Tasso (Gana Perú), Keiko Fujimori Higuchi (Fuerza 2011), Luis Castañeda Lossio (Solidaridad Nacional) y Alejandro Toledo (Alianza por el gran Cambio)- que

discutieron acerca de la lucha contra la pobreza, la generación de empleo, la seguridad ciudadana y el narcotráfico.

**España.** El primer debate se realizó en 1993, entre los candidatos a la presidencia Felipe González y José María Aznar. Ambos debates fueron seguidos por 10 millones de personas y televisados por dos canales. Esta práctica no se repitió hasta 2008, cuando estuvieron frente a frente los candidatos a presidente José Luis Rodríguez Zapatero (Socialista) y Mariano Rajoy (Partido Popular). Los dos debates que captaron el 60% de la cuota de pantalla. En 2011 sólo se hizo uno entre los principales candidatos, Mariano Rajoy y Adolfo Pérez Rucalba, que fue organizado por la Academia de Televisión.

**Francia.** Está institucionalizado el debate en la segunda vuelta electoral. Esta tradición se inició en 1974 con el debate entre Valéry Giscard D'Estaing (Republicanos Independientes) y François Mitterrand (Partido Socialista). Desde entonces, los candidatos siempre se enfrentaron, con excepción del 2002, ya que el candidato Chirac se negó a discutir con el postulante de extrema derecha Jean Marie Le Pen. ("*Chirac rejects Le Pen debate*", 24/04/02. BBC). En 2012, hubo uno entre Nicolás Sarkozy y François Hollande.

**Gran Bretaña.** A pesar de su larga tradición electoral, el Reino Unido recién pudo organizar su primer debate en las elecciones de 2010, entre los candidatos Gordon Brown (Laborista), Nick Clegg (Liberal Demócrata) y David Cameron (Conservador). En esa elección se celebraron tres debates. En 2015 se logró repetir la experiencia con los principales candidatos a primer ministro.

#### **5.4. Los últimos debates relevantes**

A fines comparativos se seleccionaron cuatro países de América y uno de Europa con similitudes con la Argentina (sistema político, cercanía geográfica, idioma). Se analizaron los debates de la última elección previa al período que se analiza en esta tesis (2015).

Se evalúan las siguientes variables: cuántos son, quién lo organiza, quién lo televisa, quién lo transmite, quiénes participan y cómo se deciden las reglas. A su vez, se explica el formato de cada uno. Entender estos formatos, ayudará a comprender algunas variables sobre los intentos de organización de debates en la Argentina.

##### **5.5.1 Estados Unidos**

**Introducción:** *En las elecciones presidenciales de 2012 se hicieron tres debates presidenciales y uno de vice.*

**Quién lo organizó.** Desde 1988 son organizados por la Comisión de Debates Presidenciales, una organización sin fines de lucro.

**Quién lo transmitió.** Alternativamente los televisa cada una de las cadenas más importantes (ABC, CBS, CNN, Fox). También se turnan los moderadores según la cadena a la que pertenecen. La señal puede ser tomada por cualquier canal.

**Cómo se decidieron las condiciones.** Por acuerdo entre los representantes de los candidatos y la Comisión de Debates Presidenciales.

**Quiénes participaron.** Los candidatos que constitucionalmente puedan ser elegidos presidentes, que tengan boletas en estados suficientes como para poder llegar a

presidente (de acuerdo al sistema electoral norteamericano) y que demuestren cinco encuestas publicadas en que el candidato supere el 15% de los votos.

### **Primer debate**

**Lugar y Duración:** University of Denver, 90 minutos

**Moderador:** Jim Lehrer, PBS

**Candidatos:** Barack Obama (Demócrata) – Mitt Romney (Republicano)

#### **Formato:**

- El debate siguió la temática “política interna”.
- Dividido en seis segmentos de aproximadamente 15 minutos con temas seleccionados y anunciados de ante mano por el moderador (15 días antes).
- Cada segmento se abría con una pregunta después de la cual el candidato tenía dos minutos para responder. Después de las respuestas, el moderador le hacía una repregunta a cada uno (en general, referida a lo que dijo el contrincante).
- El moderador eligió tiempo, temas y preguntas sin intervención de los candidatos ni la comisión.
- Los candidatos estaban parados en podios, muy cerca uno de otro.
- Escenografía. Sobria. Al ser en una universidad no hay gran despliegue. El moderador aparecía sobre un fondo negro.
- Planos y cámaras. Mayormente plano medio del candidato que hablaba o planos generales.
- Graph. Lo puede decidir cada canal en su propia transmisión.
- Aplausos solamente permitidos cuando se presentó a los candidatos.



**Para ver el debate completo:** <https://www.youtube.com/watch?v=aYKKsRxhcro>

### **Segundo debate**

**Lugar y Duración.** Hofstra University, Hempstead, NY . 90 minutos

**Moderador:** Candy Crowley, CNN

**Candidatos:** Barack Obama (Demócrata) – Mitt Romney (Republicano)

#### **Formato:**

- Foro ciudadano. Los candidatos recibían preguntas de votantes independientes e indecisos de Nassau County, NY, seleccionados por la encuestadora Gallup.
- Los candidatos tenían dos minutos cada uno para responder a las preguntas.
- El moderador contaba con dos minutos adicionales para facilitar la discusión.
- Los candidatos estaban sentados en banquetas. El público se distribuyó en tribuna con forma de hemiciclo. Al recibir la pregunta, el candidato debía parar y contestar de pie con micrófono de mano.
- Cámaras y planos. Al ser un hemiciclo era posible recurrir a más variedad de planos e intercambio entre las cámaras.
- Graph. Lo puede decidir cada canal en su propia transmisión.

**Para ver el debate completo:** <https://www.youtube.com/watch?v=WD0RH9PLxQY>

### **Tercer debate**

**Lugar y Duración.** Lynn University, Boca Raton, FL, 90 minutos.

**Moderador.** Bob Schieffer, CBS

**Candidatos:** Barack Obama (Demócrata) – Mitt Romney (Republicano)

#### **Formato.**

- Candidatos sentados en una mesa con un moderador, con formato de “mesa redonda”.
- Dividido en seis segmentos de 15 minutos cada uno con temas seleccionados y anunciados diez días antes por el moderador.
- Cada segmento abría con una discusión después de la cual cada candidato tenía dos minutos para responder.
- Referido específicamente a temáticas de política internacional.
- Graph. Lo puede decidir cada canal en su propia transmisión.

**Para ver el debate completo:** <https://www.youtube.com/watch?v=YwzXxkMDvL8>

### **Otros formatos usados en EEUU<sup>14</sup>**

- “Doble conferencia de prensa”. Cada candidato recibe una pregunta del o los periodistas. Pero no las mismas preguntas.
- Los candidatos reciben preguntas de a turnos con dos minutos fijos de respuestas y cinco minutos de discusión libre por pregunta.
- Debate tipo foro con preguntas de votantes indecisos. Los candidatos tienen dos minutos fijos cada uno para responder y un minuto de discusión abierta. Además el moderador puede incluir preguntas hechas online.
- Candidatos en podios reciben preguntas de periodistas. 90 segundos cada uno para responder y el moderador tiene potestad para extender un minuto una discusión abierta de alguna de las preguntas.

### **5.5.2 España**

**Introducción:** *En la elección de 2011 hubo un solo debate.*

---

<sup>14</sup> Se introduce este apartado solo en este caso por ser el país con más tradición de debates a modo de síntesis, aunque se repite la información en otros apartados de esta tesis.

**Quién lo organizó.** La Academia de las artes, que cuenta con representantes de TVE, Antena 3, Telecinco, Cuatro, laSexta, entre otras cadenas.

**Quién lo transmitió.** 20 cadenas de TV de España y el mundo; también por radio e Internet.

**Cómo se decidieron las condiciones.** Acuerdo entre la Academia y los candidatos.

**Quiénes participaron.** Los dos candidatos de los partidos con mayor representación parlamentaria.

### **Debate único**

**Lugar y Duración.** Palacio Municipal de Congresos de Madrid, 90 minutos neto.

**Quién lo moderó.** El presidente de la Academia, Manuel Campo Vidal.

**Candidatos:** Mariano Rajoy (Partido Popular) y Alfredo Pérez Rucalba (PSOE).

#### **Formato.**

- Presentación dos minutos (fijo en cámara, plano corto).
- Tres bloques de entre 20 y 30 minutos cada uno. Cada bloque tocó un tema (Economía y empleo; Política social; Calidad democrática, España en el mundo y política en general). El tiempo era libre pero por turnos (sin posibilidad de interrupción) y con mismo tiempo para hablar cada uno.
- Escenografía. Escritorio fijo, mesa cuadrada, moderador en el medio de frente, candidatos sentados enfrentados de perfil con la mesa de por medio.
- Planos. Cortos del que habla. Planos breves del que no habla.
- Graph. Lo puede decidir cada canal en su propia transmisión.

#### **Otros datos de interés.**

- Una única pausa de 12 minutos en los que los candidatos pudieron consultar a uno de sus asesores.
- Se sortearon las intervenciones, ubicación en la mesa y por qué lugar ingresarían al escenario para posar para las fotos iniciales y los camarines.
- La Asociación de Árbitros de Básquet controló los tiempos y fiscalizó que los dos candidatos hablaran el mismo tiempo.
- Se acordaron por escrito los planos de cámaras, la colocación de micrófonos y la temperatura del estudio a 21 grados.
- Los canales realizaron programas de análisis de “previa” y “post” debate.

**Para ver el debate completo:** <https://www.youtube.com./watch?v=noi1HEBusfE>

### **5.5.3 Chile**

**Introducción:** *En las elecciones 2013, la TV organizó dos en primera vuelta, pero sólo a uno fueron los nueve candidatos; al otro faltó Bachelet. En segunda vuelta hubo un debate televisivo. Se analizan solo los de asistencia perfecta.*

**Quién lo organizó.** ANATEL, la asociación gremial que reúne a los canales chilenos de televisión abierta de alcance nacional.

**Quién lo transmitió.** Televisa la TV pública, pero pudieron retransmitirlo todos los canales afiliados a ANATEL, que a su vez participaron de la producción

**Cómo se decidieron las condiciones.** Anatel creó un protocolo que debe ser aceptado y firmado por todos los candidatos.

**Quiénes participaron.** Todos los candidatos (nueve en primera vuelta, dos en segunda).<sup>15</sup>

### **Primer debate**

**Lugar y Duración.** Dos jornadas de aproximadamente dos horas. Desde los estudios de Televisión Nacional de Chile (TVN).

**Quiénes fueron los moderadores y periodistas.** Bernardo Donoso, ex presidente de ANATEL. Lo acompañaron ocho periodistas de distintos medios, encargados de las preguntas, divididos en cuatro en cada jornada.

### **Formato.**

- Cada jornada se dividió en tres bloques. Dos temas para los primeros bloques y el tercer bloque a modo de cierre para los candidatos.
- Un comité editorial preparó una pregunta para todos los candidatos sobre los temas: seguridad pública, salud, educación, economía. Se desarrolló una pregunta abierta, larga y con tono académico.
- Cada candidato tenía un minuto para responder. Uno de los periodistas del panel hacía una repregunta y el candidato tenía 30 segundos para replicar. La repregunta es periodística.
- Escenografía. Los candidatos estaban arriba de un escenario sentados sin mesa. Los periodistas, frente a ellos, debajo del escenario. El moderador estaba de costado, también abajo del escenario.

---

<sup>15</sup> Para agilizar la lectura no se detallan los nombres de los candidatos en los casos en que participan más de dos candidatos.

- Planos de candidatos. Fijo del candidato que hablaba. Grúas y otros planos, solo en momentos en que no hablaban los candidatos.
- Graph. Solamente para identificar candidato y el tema alternativamente.

### **Otras reglas de interés**

- Los candidatos no podían exhibir elementos físicos ni anotaciones de apoyo.

Para ver el debate completo: <https://www.youtube.com/watch?v=fMpRcaAnNuc>

### **Segundo debate (segunda vuelta)**

**Lugar y Duración.** 2 horas dividido en 4 bloques, incluidos tres cortes comerciales.

Desde los estudios de Televisión Nacional de Chile (TVN).

**Quiénes fueron los moderadores y periodistas.** Nuevamente fue Bernardo Donoso, junto a seis representantes de los canales que participan de la producción

**Quiénes participaron.** Michelle Bachelet (Nueva Mayoría) y Evelyn Matthei (Alianza).

### **Formato.**

- Dividido en dos segmentos principales y un cierre.
- El primer segmento constó de una ronda de preguntas de los periodistas. Cada uno tenía 2:30 minutos para entrevistar a una candidata. En ese tiempo el periodista podía interrumpir y repreguntar. La otra candidata no podía intervenir.

- La segunda parte fue un intercambio entre las candidatas. Una candidata tenía 30 segundos para preguntar y luego su contrincante, 2:30 minutos para responder, incluyendo repregunta y réplica.
- Se establecieron 12 temas de trabajo.
- Escenografía. La misma que el anterior pero las candidatas en mesa enfrentada (moderador y periodistas, igual que el anterior).
- Planos. En las intervenciones individuales son planos fijos. En los intercambios hay pantalla dividida con máscara.
- Graph. Solamente para identificar candidato y el tema alternativamente.

### **Otras reglas de interés**

- Se sorteó la aparición de las candidatas en la gráfica, la ubicación en el estudio, el orden de las exposiciones y el orden de llegada. También los “puestos de prensa” donde darían entrevistas las candidatas al finalizar el debate.
- Los candidatos no podían exhibir elementos físicos ni anotaciones de apoyo.
- Cada candidata pudo invitar a 30 personas al canal, pero dentro del estudio sólo podía haber cinco invitados. Sin público en el estudio.

El debate completo no está online.

### **5.5.4 México**

*Introducción: Los debates están reglamentados por una ley de 2007/2008. En 2012 participaron todos los candidatos.*

**Quién lo organizó.** El Instituto Federal Electoral (IFE) que depende del Tribunal Supremo.

**Quién lo transmitió.** Abierta optativa (TV Azteca y Televisa por ejemplo decidieron no transmitirlo). También se transmite por Internet, incluyendo YouTube.

**Cómo se decidieron las condiciones.** La ley marca que se deben tratar seis temas divididos en dos debates, con acuerdo de los candidatos. Los partidos pueden nombrar a un “especialista” (académico) para integrar el comité que plantea los temas y elabora las preguntas. “Por cada subtema se desarrollarán entre cuatro y 10 cuestionamientos, en cuyo diseño se tomarán en cuenta las sugerencias de académicos y ciudadanos”, dice la ley.

**Quiénes participaron.** Los cuatro candidatos a la presidencia, en ambos debates.

### **Primer debate**

**Lugar y duración.** World Trade Center de la Ciudad de México, 2 horas.

**Quién fue el moderador.** La periodista Guadalupe Juárez Hernández.

#### **Formato.**

- 1:30 minuto inicial de apertura y 1:30 de cierre.
- Tres bloques, cuatro temas. Cada candidato respondía una pregunta de un subtema. Tiene dos minutos para responder. El resto replicaba sobre el mismo tema 1:30 minutos. Luego el primer candidato tiene 1:30 para contrarréplica.
- Los temas fueron: economía y empleo; seguridad y justicia; desarrollo social: y desarrollo sustentable.
- Escenografía y planos. Atriles en semicírculos con fondo de logo del IFE. Planos fijos de los candidatos cuando hablaban.



- Graph. Identificador del orador y de los temas, además de cronómetro con cuenta regresiva.

### **Otras reglas de interés**

- Las preguntas y subtemas se decidieron por sorteo. Las preguntas fueron elaboradas por un comité académico en el que hay un representante por partido.
- Antes de que se formularan las preguntas por parte del comité, se hizo una convocatoria a la ciudadanía para que aporte preguntas al Instituto Federal Electoral.
- Los candidatos podían llevar material gráfico como soporte, pero no electrónico.

**Para ver el debate completo:** <https://www.youtube.com/watch?v=Rjzr7TfY5Zw>

### **Segundo debate**

**Lugar y duración.** Expo Guadalajara, Jalisco, 2 horas.

**Quién fue el moderador.** El periodista Javier Solórzano.

### **Formato.**

- Presentación 2:30 minutos; cierre 2:30 minutos.
- Se debatieron tres temas en cinco bloques: Política y Gobierno; México en el mundo; y Desarrollo Social y Sustentable. Duró 34 minutos cada tema y cada candidato tenía 8:30 para hablar en total. En cada intervención no se podía hablar más de 2:30 minutos
- Los candidatos podían hacer preguntas y comentarios sobre lo que decía el otro. Para hablar debían pedir la palabra al moderador. Sólo estaba abierto el micrófono del que hablaba. Es decir, no se admitían interrupciones entre ellos.
- Se sorteo en vivo el orden de las exposiciones de apertura, cierre y del candidato que cerraba cada bloque.

- Cámaras y planos. Pantalla dividida con máscara solamente cuando eran interpelados; y pantalla dividida con máscara cuando mostraban elementos gráficos. Había además una cámara fija que mostraba un plano general. Los planos no estaban regulados previamente. Cada candidato tenía una mesa para poner material gráfico.
- Graph. Identificador del orador y de los temas, además de cronómetro con cuenta regresiva.

#### **Otras reglas de interés:**

- Los candidatos presidenciales por reglamentación pueden ir un día durante 60 minutos a ensayar al lugar donde se hará el debate.

**Para ver el debate completo:** <https://www.youtube.com/watch?v=05JTcqAUkA0>

#### **5.5.5 Brasil**

**Introducción:** *En las elecciones de 2014 hubo cinco debates en la primera vuelta y cuatro en la segunda. En este caso, como los formatos son muy similares solo se analizan los de Bandeirantes y Globo, que son los principales canales.*

**Quién lo organizó.** Los canales de TV.

**Quién lo transmitió.** El canal que lo organiza transmite su debate.

**Cómo se decidieron las condiciones del debate.** Las reglas deben ser aceptadas por 2/3 de los participantes (en segunda vuelta lo tienen que aprobar ambos candidatos). En todos los casos, si un candidato se siente agraviado por lo que dice otro tiene derecho a pedir réplica que es analizada por el comité organizador de ese debate.

**Quiénes participaron.** Los canales pueden organizarlos libremente pero tienen que invitar a todos los candidatos de los partidos con representación parlamentaria. Fueron siete postulantes en la primera vuelta y dos en la segunda.

### **Primer debate primera vuelta**

**Lugar y Duración.** Estudio de Bandeirantes. Tres horas de transmisión total incluyendo previa y post. Dura dos horas aproximadas.

**Quién fue el moderador.** Ricardo Boechat, junto a otros periodistas de la señal.

### **Formato.**

- Un primer bloque en que el moderador hacía una pregunta (enviada por el público y seleccionada por la organización). Cada candidato tenía 1:30 minuto para responder.
- Un segundo y cuarto bloque de confrontación directa. Cada candidato podía preguntar a un adversario. 30 segundos de pregunta, 2 minutos de respuesta, 45 segundos de réplica (del que preguntó primero) y 45 segundos de “tréplica” del que respondió. Cada candidato podía recibir un máximo de dos preguntas por bloque de sus adversarios.
- En el tercer segmento, periodistas del canal hicieron una pregunta a un candidato y escogieron a otro candidato para que le replique. Luego, el primer candidato que había recibido la pregunta tiene 45 segundos para la “tréplica”.
- 1:30 consideraciones finales
- Planos. Fijos a cámara cuando hablaba un candidato. Cuando se hacen las preguntas se mostraba pantalla dividida entre los dos contrincantes..

- Escenografía. Los siete participantes, en atriles en semicírculo. Y el moderador en el medio, pero dentro de ese semicírculo. Los periodistas, enfrente.

#### **Otras reglas de interés.**

- Movileros en el lugar con amplia cobertura antes y después.
- La posición de los atriles fue por sorteo

**Para ver el debate completo:** <https://www.youtube.com/watch?v=rPAMXAqK-Qk>

#### **Quinto debate primera vuelta**

**Lugar y Duración.** Estudio de Globo, 2 horas 14 minutos.

**Quiénes fue el moderador.** William Bonner

#### **Formato.**

- Los candidatos se hacían preguntas entre sí.
- En el primer y tercer bloque eran temas libres. En el segundo y cuarto bloque los temas fueron por sorteo en vivo y el candidato que preguntaba debía hacerlo sobre esos temas. Todos los candidatos debían ser interpelados en cada bloque
- En todos los casos los tiempos fueron: 30 segundos pregunta, 1:30 respuesta, 40 segundos réplica, 40 segundos “tréplica”.
- Un cuarto bloque con consideraciones finales.
- Escenografía. Los candidatos estaban sentados en el escenario. Cuando les tocaba el turno de preguntar se adelantaban y convocaban a un contrincante a una mesa de debate. Durante la pregunta y respuesta se daba un enfrentamiento directo en esa mesa.

- Graph. Mínimo para identificar a los candidatos. Diez segundos antes de que termine la exposición el tiempo se veía en pantalla.

**Para ver el debate completo:** [www.youtube.com/watch?v=MpliALqQg8A](http://www.youtube.com/watch?v=MpliALqQg8A)

### **Primer debate segunda vuelta**

**Lugar y Duración.** Estudio de Bandeirantes. 1:20 neta.

**Quién fue el moderador.** Ricardo Boechat, junto a otros periodistas de la señal.

**Candidatos.** Dilma Rousseff (PT) y Aécio Neves (PSDB)

**Formato.**

- Apertura y cierre de 2:30 minutos.
- Confrontación directa. Cada candidato podía hacer seis preguntas a su adversario, con respuesta, réplica y “tréplica”.
- Escenografía. Los candidatos con atriles enfrentados 3/4. 1 moderador de costado en otro atril.
- Graph. Sólo para identificación.
- El orden de las exposiciones y preguntas fue por sorteo.

**Para ver el debate completo:** [https://www.youtube.com/watch?v=Y\\_AR7OVuHLE](https://www.youtube.com/watch?v=Y_AR7OVuHLE)

### **Cuarto debate segunda vuelta**

**Lugar y Duración.** Estudio de Globo. 1 hora 37 minutos

**Quién fue el moderador:** William Bonner

**Candidatos.** Dilma Rousseff (PT) y Aécio Neves (PSDB)

**Formato.**

- Dividido en cuatro segmentos. Dos de enfrentamiento directo entre candidatos; dos de “foro ciudadano”

- Foro ciudadano. Se convocó una tribuna con electores indecisos que escribieron preguntas sobre 14 temas. El moderador convocaba por sorteo a uno de los ciudadanos que tenía 30 segundos para preguntarle a un candidato. El candidato tenía 1:30 minutos para responder; luego su contrincante disponía de 50 segundos de réplica y por último, 50 segundos de “tréplica”.
- Enfrentamiento directo. Cada candidato contaba con 30 segundos para preguntar; el otro, 1:30 para responder. Luego, hay 50 segundos de réplica y 50 de “tréplica”. Cada candidato la hizo tres preguntas a su adversario.
- Escenografía y planos. Candidatos en un escenario parados con una mesa en el frente. En el plano general se los veía de perfil. Al momento del “foro ciudadano” se sacó la mesa.
- Graph. La gran mayoría del debate fue sin videograph.

#### **Otras reglas de interés:**

- Cuando se empezó con el formato “foro ciudadano”, Ibope auditaba que realmente fueran apartidarios. Ese año lo hizo un instituto de investigación independiente sin participación de Globo.
- Cada una de las personas elegidas para preguntar en el foro, hizo cinco preguntas que fueron examinadas por la producción y se eligieron 16. Al momento del debate se sortearon 12. La persona que hizo las preguntas las dijo en vivo.

**Para ver el debate completo:** [https://www.youtube.com/watch?v=B8Tu6\\_m4cv0](https://www.youtube.com/watch?v=B8Tu6_m4cv0)

## **5.6 Los debates, ¿son buenos para la democracia?**

Existe un debate en torno a si los debates televisivos contribuyen o no a fortalecer la democracia y a promover la participación en procesos electorales.

Las teorías de la democracia pluralista o participativa demandan que los medios sean un foro cívico que sirva para discutir ideas; que sean parte de la esfera pública (Habermas, 1962).

Manin (1993) dice que la deliberación en las democracias representativas modernas es a través de los medios de comunicación y ya no a través del Parlamento o los partidos políticos. La imagen es más importante que las plataformas electorales y la ciudadanía forma su opinión basándose en las informaciones “objetivas”<sup>16</sup> que reproducen los medios (que ya no son partidarios como eran a mediados del siglo XX). Los medios, para Manin, acercan a la ciudadanía a la política que se puede expresar inmediatamente frente a una situación en lugar de tener que hacer una marcha multitudinaria para cada situación.

Otras posturas descreen de esa visión idealista (Scamell, 2004; Norris 2000), aunque respaldan el rol de los medios como intermediarios y plantean que sirven para llevar la opinión de las elites para permitir a la gente votar. El debate entonces, no es horizontal sino vertical entre actores políticos y electorado.

En el otro extremo de las miradas, aparecen autores como Postman (1987) o Putnam (2000) que aseguran que los medios, en especial la TV, generan un descenso del interés sobre las cuestiones políticas. Postman sostiene que “televisión seria es un contrasentido” y que este medio apunta más al espectáculo que a la información.

---

<sup>16</sup> Las comillas son del original.

Putnam respalda esta idea y hace distinción entre dos tipos de contenidos: noticias y entretenimientos; sin embargo, advierte que la información y noticias que ofrece la TV es “infotainment” (información mezclada con entretenimiento) y que esto no genera más participación ni compromiso cívico, sino que incluso reduce las audiencias de los otros medios que sí generan participación como diarios o la radio (Putnam, 2000).

Los teóricos se dividieron entre “opositores”, “condicionales” y “propositores” a los debates. Aquellos que están a favor dicen que son un factor fundamental para la construcción democrática, para la socialización política, para la legitimación de las instituciones y para la legitimación internacional de los presidentes” (Sears and Chaffe, citados en Kraus 1976).

Los “condicionales” exigen mejorar estas instancias en todos o algunos de estos puntos: volver al debate tradicional, retomar el formato original, remover a los panelistas, incluir partidos minoritarios, entre otras.

Los que están en contra, aseguran que no se les debería pedir que participaran a los candidatos porque, tal como están configurados, estos debates no permiten ver verdaderamente lo que el candidato piensa, y sólo se limitan a comparar cuestiones de personalidad o imagen.

“Crean la ilusión de que preguntas públicas de ese momento puede ser respondidas en 180 segundos” (Auer, 1980). Otros críticos sostienen que para poder ser efectivos deberían ser más largos, sin entrevistadores y con un solo tema por debate (Kirkpatrick, 1979).

Nelson Polsby (1979) opina que aunque no generan un daño significativo, no mejoran la democracia porque no permiten intercambios espontáneos entre los líderes, sino que se



discute sobre los temas de agenda pública y con un margen bastante estrecho en el marco de las reglas que les imponen. Y esas reglas, dice Polsby, terminan siendo más importantes que el contenido de los debates en sí.

Otro crítico, Reynolds, sostiene que “los debates son enmarcados por una agenda conservadora definida por los grandes medios corporativos”. Y asegura que sus resultados son evaluados más por lo ritual que por la sustancia del debate (Reynolds 1997).

Bitzer y Rueter (1980) cuestionan el formato del “panel de entrevistadores” y aseguran que este genera un “tercer partido”, lo cual le quita respaldo a la idea de que los candidatos estén frente a frente. Ellos también acuerdan en que la discusión debería centrarse en un solo tópico: “Cuando se hacen entre 25 y 30 preguntas, temas o propuestas en 90 minutos de presentación no es posible focalizar el debate o generar las respuestas adecuadas”, consideran.

Por último, están quienes critican la forma en que los medios trabajan la temática de los debates políticos, poniendo más énfasis en el “horse race” (Carrera de caballos)<sup>17</sup> y en la estrategia de cada uno de los candidatos que en los tópicos que se debaten. Muy lejos del ideal democrático, estas instancias no servirían para generar más conocimiento en la ciudadanía (Joslyn 1990; Patterson 1994, Hall Jamieson and Capella 1997).

Pero no todos acuerdan con estas críticas..

“Es bueno para los políticos pensar seriamente sobre sus propios puntos de vista. Contrariamente, es malo para una democracia cuando los políticos se vuelven tan

---

<sup>17</sup> Refiere a analizar la política como una carrera entre contendientes en lugar de detenerse en el análisis de las políticas públicas.

cerrados en sus propias ideologías que otro punto de vista es considerado un sinsentido o una locura”, dice Coleman (2000).

Por su parte, Kraus sostiene que el “alboroto” generado por las campañas y por los debates en particular genera atracción en el público. Hay que tener en cuenta que sólo la mitad de la gente habilitada para votar va a las urnas en los Estados Unidos. (Federal Election Commission, 2005)

Por último, con la inclusión de la TV cambiaron las consideraciones sobre los eventos políticos y la forma en que la gente recibe la información. Según Kraus (2000): “Los ciudadanos no están tan involucrados en las cuestiones políticas como el ideal democrático predica. Sus intereses políticos se limitan a las cuestiones urgentes (...) se limitan a formarse impresiones e imágenes sobre los candidatos. Les gusta o no les gusta”.

El estudio clásico de Lazarsfeld (1944) “The people’s choice” concluye que los medios sirven para reforzar las decisiones previas de los votantes y no tanto para que los electores decidan su voto en abstracto. “Para ellos la política de comunicaciones tiene el importante objetivo de preservar las decisiones previamente tomadas, antes que generar nuevas decisiones. Tienen el efecto de reforzar la decisión original del voto”.<sup>18</sup>

Estudios de Stanley Kelley demuestran que los candidatos discuten una variedad de asuntos y que los televidentes aprenden sobre esos asuntos y recuerdan las posiciones, especialmente aquellas que afectan su vida<sup>19</sup>. “Maldecir a los medios por los problemas contemporáneos de la democracia es una estrategia conservadora” (Norris, 2000).

---

<sup>19</sup> Citados por Kraus. Son una sucesión de estudios entre 1960 y 1992.

El problema es que esto también hace que el único contacto que los votantes tengan con la política sean los debates, que en lugar de discutir contenidos políticos discuten sobre estrategia, personalidades y encuestas (Mitchelsen, 2005). “En ese juego, es difícil que se hagan un ‘juicio informado’ sobre las consecuencias de sus acciones y sus votos”, insiste Norris (2000)

Respecto a América Latina, según Jalfin (2003), la literatura del tema tiende a analizar “poliarquías estables” y no a jóvenes democracias como la nuestra. Y se pregunta si realmente pueden servir los debates como un foro de deliberación cívica en democracias de baja generación como las que describe O’Donell (1992).

### **5.7 Negociación, formatos y organización**

Todo debate implica una larga negociación. Cada detalle es objeto de discusión e interés por parte de los candidatos y sus asesores. Según Kraus (1999), “los negociadores del debate insisten en controlar porque quieren manipular los elementos del debate a favor de su candidato (...)

1. Controlando las negociaciones incrementan las chances de obtener formatos favorables a su candidato
2. Los formatos favorables aumentan la probabilidad de conseguir una exposición favorable al candidato.
3. La exposición favorable aumenta las probabilidades de ganar el debate
4. Ganar el debate aumenta las probabilidades de ganar la elección.

(...) Los consultores no son tontos. Saben que quién gana el debate es fundamental para el interés de los medios”, concluye Kraus.

### **5.7.1 ¿Quién debe organizar los debates?**

Al respecto existe una primera diferencia que se da en torno a si los debates son obligatorios no. Las democracias requieren cumplir dos pre-requisitos: el derecho al voto y la oportunidad de que los votantes puedan conocer sin censura todas las ideas (Sartori 1987, Dahl, 1989).

Según Kraus, el motivo principal para incluir los debates es que la gente los quiere. Eso dice él en un análisis de la política norteamericana, modelo que no parece ser replicable automáticamente en otros países como la Argentina que no han logrado generar esta práctica. “Los votantes encuentran algo en los debates televisivos que confirma su apoyo previo a un candidato, altera sus apoyos o los ayuda a decidir a quién sostener. En ese modo, los votantes –muchos de ellos políticamente inactivos- al menos participan mínimamente de la elección” (Kraus, 2000).

Existen al menos cinco posibles organizadores de los debates: que sean esponsorados por los medios de comunicación que los emiten; una asociación civil sin fines de lucro; un comité formado por los mismos partidos políticos que competirán; universidades o instituciones educativas; entidades autónomas vinculadas al proceso electoral (justicia, dirección electoral, etc.)

Coleman (2000) es crítico de que los medios los organicen: “Así como no dejamos que las elecciones sean organizadas por el libre mercado o instituciones interesadas, tampoco los debates pre-electorales debieran ser organizado por privados”.

En los Estados Unidos, los primeros debates fueron organizados por la Liga de Mujeres. Pero, desde 1988 fue reemplazada por el Commission on presidential debates (CDP), un comité encabezado por los presidentes de los dos partidos mayoritarios. La idea era que

“los partidos políticos tendrían más chances de persuadir a los candidatos de participar” (según describió Newton Minow, uno de los fundadores de esa comisión) y por lo tanto de institucionalizar los debates. En los argumentos de época, se explicaba que la Liga de Mujeres tenía que hacer muchas concesiones para lograr que participara un “incumbent” (presidente que busca su reelección). En cambio, los partidos podrían escribir reglas abstractas que se cumplieran con independencia de quién ostente el poder en cada momento o quién encabece las encuestas.

Las críticas a la CDP es que al estar representados los partidos mayoritarios, excluyen a los minoritarios de los debates; la misma crítica es sobre el sponsoreo de las grandes corporaciones. Coleman, por eso, sostiene que es mejor que sean coordinados por una entidad como la Liga de Mujeres y no por una organización dependiente de las corporaciones o los partidos.

¿Pero cuáles son los factores que se deben negociar y que hacen tan importante el debate sobre quién lo organiza?

The Racine Group (2002), es un grupo de estudio que analizó las distintas formas de debate en los Estados Unidos, sostiene que hay varias cuestiones a tener en cuenta. Se toma siempre a Estados Unidos como modelo, porque es el país que logró generar los más diversos estilos y formas para organizar estos certámenes.

### **5.7.2 La cuestión del formato**

*“Duración y tipo de discursos y respuestas. ¿Habrán cruces o intercambios entre los candidatos? ¿Qué grado de interacción o choques puede haber? ¿Cuáles serán los temas que se discutirán? ¿Quién o quiénes serán los moderadores? ¿Habrán preguntas*

*de los periodistas o panelistas? ¿Quién puede preguntar y cuántas veces? ¿Debe participar o no el público?”* (The Racine Group, 2002).

“El primer hecho es que los candidatos no están interesados en educar al público o llegar a la verdad sino en ganar el debate”, sostiene Kraus.

Un crítico como Auer, sostiene que un debate tiene que tener cuatro características: Confrontación, igualdad de tiempo, contrincantes parejos y propuestas para ganar la decisión de la audiencia. Como los de 1960 no tuvieron esas características, escribió de Counterfit Debates (los falsos debates). Cabe recordar que el formato decidido para aquellos fue el de “doble conferencia de prensa” en que los candidatos no se interrumpían entre sí y por lo tanto no había confrontación.

A lo largo de la historia se probaron diversos formatos para generar un debate. Pero en general, a la hora de definir cuál será la modalidad de cada uno, priman los intereses de los políticos que se enfrentan. “El debate sobre el debate depende de la percepción de los candidatos sobre su interés propio: es decir, ganar una ventaja sobre su oponente. Los candidatos quieren ser electos” (Kraus, 2000).

En ese sentido, Kraus refleja cómo se desarrolla la dinámica de la negociación previa: “El candidato que va primero en las encuestas tiene poder de veto. El que va segundo pide más debates. El comité organizador intenta plantear las reglas del debate...”, dice Kraus, que aclara que en general ese comité no suele ser exitoso a la hora de plantear las reglas.

Al finalizar las negociaciones se firma un memorándum de entendimiento en el que se explicitan cuestiones diversas como número de participantes, fechas, organizadores, tiempos, orden de las preguntas, si los candidatos se pueden hacer preguntas entre ellos,

de qué manera se seleccionan los moderadores y panelistas, cómo son los podios en que se ubican los candidatos, si los micrófonos son de mano o estarán pegados al podio; los ángulos de las cámaras; si se puede mostrar o no a la tribuna; cómo se dan cuenta los candidatos que están al aire (por una señal sonora, una luz, etc.); quiénes pueden acompañar a los candidatos; la seguridad del evento; la asignación de camarines pre-debate y cómo se anuncia ese memorándum de entendimiento.

Por ejemplo, el memorándum del debate Bush-Dukakis (1988) insumió seis páginas, que fueron creciendo a medida que corrieron las elecciones.<sup>20</sup>

Incluso el día de llevar al aire el debate se firma otro memorándum complementario en que se detallan minuciosamente cuáles serán los pasos que cada candidato dará: el chequeo técnico con responsables de la comisión organizadora, el arribo del público, los moderadores, el arribo de los candidatos y hasta el almuerzo de los organizadores.<sup>21</sup> En algunos, incluso, se llega a firmar en acuerdo un plano del estudio y la disposición de las cámaras.

### **5.7.3 La cuestión de los participantes**

*“Quién participa en el debate naturalmente afecta todos los elementos del debate, tanto por el número de candidatos como quiénes son invitados (...) Los debates con múltiples candidatos reducen el tiempo en que cada uno responde, el número de temas y las posibilidades de atacar y defender”.* (Racine Group, 2002)

En el caso norteamericano, sólo en 1992 se incluyó a un tercer candidato, Ross Perot. Sin embargo, no tuvo incidencia en las negociaciones sobre el formato. Según Kraus, su buen desempeño en el debate de 1992 le cerró la puerta para el de 1996. A partir de ese

---

<sup>20</sup> El memorándum está en Krauss, 2000. Página 70

<sup>21</sup> Esquema del “Day of Air”, (Krauss, 2000). pag 122

momento se creó un “criterio de selección de candidatos” para decidir la inclusión o no de los candidatos en los debates. El tercer partido que se quisiera incluir debía evidenciar organización nacional y dar señales de “noticiabilidad y competitividad” nacional.

Mientras que algunos países incluyen a todos los candidatos (con lo cual se pierde dinámica y el impacto de escuchar a los postulantes más importantes) otros seleccionan a los participantes con criterios más o menos objetivos: presencia nacional, encuestas de opinión o trayectoria de los partidos que se presentan. En Francia, la tradición indica que el debate se hace en segunda vuelta electoral, es decir, cuando ya se conoce quiénes son los dos candidatos más votados.

#### **5.7.4 La cuestión del contexto**

*“Los debates no ocurren en un vacío ni son vistos e interpretados de una sola manera. Varios elementos de contexto influyen en el formato, contenido, estrategia (...) La presencia de un incumbent (político que va por su reelección) o de un miembro del partido oficialista afecta las estrategias de defensa y ataque (...) quién es la audiencia y dónde están plantadas las cámaras” (Racine Group, 2002).*

“Existen muchas discusiones sobre las desventajas de debatir para el *incumbent president*, especialmente cuando está encabezando las encuestas” (Polsby, 1979). La elección de 1984 proveyó una oportunidad única para comprobar ese razonamiento. Si alguna elección sirvió para sentar el precedente de la institucionalización de los debates televisivos, fue esa. Porque Reagan tenía muy poco para ganar y mucho para perder. Justamente, a partir de entonces ningún candidato a presidente se animó a decirle que no al debate (Kraus, 2000).



También en el factor contextual, analiza el Racine Group, aparece la presencia o no del público que puede influir en cómo cada uno de los participantes se dirige a la audiencia.

#### **5.7.5 La presentación del candidato**

*“Lo que los candidatos dicen y cómo lo dicen contribuye a las impresiones que los televidentes se llevan. En este sentido, el estilo en que los candidatos se presentan frecuentemente se sobrepone a su discurso” (Racine Group, 2002).*

A partir de eso, las negociaciones sobre las presentaciones suelen ser tensas. En el enfrentamiento entre Kennedy-Nixon, el entonces vicepresidente rehusó a la posibilidad de maquillarse para aparecer en cámara. Esto significó para algunos el principio de la derrota de Nixon en esa presentación. ("How the Kennedy-Nixon debate changed the world of politics - National Constitution Center", 2017)

Es por esto, que como se desarrolló en un apartado anterior, en las negociaciones previas al debate se dejan por escrito cuestiones como la disposición de las cámaras (algunos candidatos no quieren que se los tome en un determinado perfil); el uso de micrófonos (algunos prefieren tener siempre un micrófono en la mano y otros no), o el uso de los camarines para poder prepararse adecuadamente. Estas particularidades se negocian de antemano y se dejan por escrito.

Esto se asocia con la discusión planteada por Kraus sobre el control de los candidatos respecto del debate vs. el interés del público. “Deciden si participar o no (...), aprueban las áreas de discusión, rechazan debatir sin panelistas, tienen una influencia sustancial en la decisión sobre qué panelistas participarán e influyen en las coberturas televisivas”.

#### **5.7.6 La cobertura de los medios y la cuestión de la difusión**

En el Racine Group (2002) toman esta discusión como una más dentro del formato y se preguntan: “¿Puede influir en la percepción de quién ganó el debate?”.

Estudios posteriores al debate Ford-Carter demostraron que para aquellos que lo habían seguido y fueron encuestados inmediatamente después, el ganador había sido Ford. Sin embargo, por la influencia de los medios, las personas que habían sido encuestadas 48 horas después dijeron en su mayoría que el ganador sido Carter (Patterson, 1980).<sup>22</sup> A partir de estos estudios de 1976 surgieron importantes críticas a la supuesta manipulación que los medios hacen a partir del debate y de que lo que los medios relatan sobre ese evento pre-electoral termina siendo tan influyente como el debate en sí mismo.

También ciertas coberturas pasaron a ser objeto de negociación de formato. En los debates norteamericanos, el “Press room” salón de prensa quedó instituido y sirve no solo para que estén cómodos los periodistas sino fundamentalmente para que puedan acercarse consultores, jefes de prensa y operadores. Permiten un acceso rápido a los periodistas antes de que cierren sus ediciones. Por ejemplo en el debate Bush- Dukakis (1988), los operadores de Dukakis acercaron un reporte con todos los errores que Bush cometió durante el debate.

Algunas críticas sostienen que las coberturas post-debates crean en las mentes de los votantes una impresión de las personalidades y las imágenes de los candidatos y generan un desinterés en las discusiones sustantivas y temáticas. Así, permiten a los candidatos esquivar las preguntas de la prensa, crean una falsificación de los verdaderos debates y generan que la prensa haga reportes de ganadores y perdedores.

---

<sup>22</sup> A conclusiones similares llegaron Lang y Lang “Immediate and Mediate Responses: First Debate”

En síntesis, según estas visiones, los medios hacen un juego de entretenimiento de todo que termina contradiciendo los objetivos que este tipo de propuesta debería tener. “La cobertura focaliza en identificar ganadores y perdedores, mientras que se dejan de lado las posiciones en conflicto. Existe un peligro de que esos debates se conviertan en otra postal de campaña para los medios para atraer y entretener a un público políticamente apático” (Davis, 1987).

Sin embargo, no todos coinciden con estas críticas y creen que la cobertura mediática permite potenciar las características del evento. Por un lado, el hecho de tratarlo como un show hace que más gente se interese por la elección.

Respecto a las críticas de que se trate a estos cara a cara políticos como un evento deportivo, los defensores del formato aseguran: “Son parte de una campaña que también culmina con ganadores y perdedores, y los debates son parte de una sociedad que también quiere ser entretenida y disfruta de la contienda política” (Kraus, 2000).

Por último, quienes descartan las teorías de la influencia de los medios apelan a viejos estudios que demuestran que los encuestados que tenían una tendencia hacia un candidato antes de los debates sienten que su candidato es el ganador o ha hecho un mejor papel (Middleton, 1962). Estos datos comprobarían las teorías del “reinforcement” que sostienen que los medios más que crear opiniones en las audiencias lo que hacen es reforzar las opiniones preexistentes (Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, 1944).

## **6. Caracterización del caso**

### **6.1 El inicio de la democracia**

El primer intento de debate en democracia se dio en 1983 con la elección que se definiría entre Raúl Alfonsín (UCR) y Ítalo Luder (PJ).

Ese intento lo hizo la producción del programa Tiempo Nuevo, conducido por Bernardo Neustad, el programa periodístico de TV de mayor audiencia en esa época.

La periodista Clara Mariño, que entonces era productora del programa, explicó cómo fue aquel intento:

“Neustad me pone a prueba para entrar (y me pide) que consiguiera que Alfonsín fuera a debatir. Creo que él (Neustad) ya tenía apalabrado a Luder. Entonces fui a un evento en que estaba Alfonsín. Lo vi salir a Alfonsín de Canal 13 y me pude acercar medio... venía muy rodeado y él me miró y fue muy amable. Y me dijo: ‘¿qué querés?’. Yo le dije que ‘me había encargado Neustad a ver si usted aceptaría un debate con Luder en Tiempo Nuevo’ (...) Me miró, me agarró de las manos y me contestó ‘no querida, no voy a dar debate... vamos a ganar’”, relata Clara Mariño.

¿Se llegó a negociar algún formato o alguna condición? “Alfonsín planteó que no y no. No hubo nada. Él me dijo ‘Vamos a ganar, Clara’. Como diciendo que ellos iban a ganar y no iban a debatir. No hubo argumento (...) No existía la costumbre. Era un hábito extraño y era muy difícil en esa época cualquier tipo de debate”, explica Mariño.

Según este testimonio, la confianza de Alfonsín en su triunfo electoral fue lo que impidió la posibilidad de encarar ese debate.

Según Waisborg (1993) los peronistas querían el debate ya que era una oportunidad para que el candidato Luder se dirigiera a un segmento del electorado tradicionalmente alejados del peronismo: los votantes educados, acomodados y de clase media. En contraste, los radicales evitaron la confrontación planteando “requisitos que sabían que no iban a ser aceptados por los asesores peronistas”.

El segundo intento se dio en 1989. Ese año el partido oficialista (el radicalismo) llevaba como candidato a Eduardo Angeloz y el Partido Justicialista llevaba a Carlos Menem que venía de ganarle la interna a Antonio Cafiero, que hasta ese momento controlaba el aparato partidario. El país sufría una importante crisis económica y el peronismo era el favorito en las encuestas.

Otra vez el intento de generar un debate por TV lo hizo Tiempo Nuevo, el programa de Neustad. Clara Mariño relata aquella situación.

“El debate Angeloz – Menem estuvo en tratativas, Bernardo se metió. Pero el que no quería era Carlos Menem. Se empezó a preparar dos meses antes por lo menos. En ese momento las relaciones de Bernardo eran más cercanas a Angeloz, pero no tenía mala relación con Menem. Lo último que me dice la gente de Menem después de darme el no definitivo fue: ‘Dice el gobernador que le diga a Bernardo que él no va a ir ese martes pero va a ir el siguiente martes pero como presidente de la Argentina’. Y vino como presidente electo”.

Eso derivó en que Neustad invitará, para el día en que estaba planteado el debate, a Eduardo Angeloz y que hicieran el programa con la “silla vacía” de Carlos Menem, a quien Neustad decía que estaban esperando. “Fue una idea de Bernardo que tenía un sentido del show y la televisión. Símbolos para que se transformaran en referencia. Se

decidió en la semana cuando Angeloz dijo que iba a ir. Sabíamos que Menem no venía. Fue un recurso televisivo”, aclara Mariño.

¿Por qué se frustraron las negociaciones de aquel debate? “ Angeloz era el que quería debatir desde el primer momento. Y lo de Menem se estiraba, se estiraba... No nos decían que no de entrada. Por eso ese símbolo de la silla vacía. Porque hasta último momento Bernardo creía que quizás cambiaba”, cuenta Mariño.

¿Cómo era el debate que ellos planteaban? ¿Se podría haber torcido la historia si se introducían cambios al formato? Mariño asegura que no. “Teníamos la experiencia de lo de Saadi-Caputo<sup>23</sup>. Les decíamos a ellos que fijaran las reglas. Les dábamos modelos de la televisión norteamericana, de la televisión europea. Les planteábamos condiciones absolutamente razonables. Pero se frustró porque Menem no quiso (...) La decisión era si debatía o no. El formato estaba en segundo lugar”.

¿Por qué se frustraron esas dos propuestas de Tiempo Nuevo? Clara Mariño opina: “El que está primero en las encuestas, en esa época decía, ‘si yo estoy primero en las encuestas por qué me voy a arriesgar’. Y como no hay tradición ni ley que te obligue a debatir, rige el no debate”.

Y agrega: “No había demanda de la sociedad de debate. En Estados Unidos un candidato se niega a debatir y es un escándalo. Acá no. Y en esa época menos”.

La siguiente elección fue en 1995: Menem buscaba su reelección. Su principal adversario era José Octavio Bordón (Frepasso<sup>24</sup>). Según Ruiz-Alberro (2012), “para las

---

<sup>23</sup> Refiere al primer debate de peso en la televisión argentina que fue el del entonces Canciller Dante Caputo y el jefe de bloque del PJ en el Senado, Vicente Saadi por el plebiscito del acuerdo de paz con Chile en 1984, que había sido moderado por Bernardo Neustad.

<sup>24</sup> Frente País Solidario (Frepasso) fue un frente de centroizquierda conformado por peronistas disidentes a Carlos Menem y socialistas

elecciones de 1995, cuando Menem lideraba las encuestas no quiso debatir con su principal competidor, José Octavio Bordón”.

Dice un asesor del peronismo entrevistado para esta tesis<sup>25</sup>: “En 1995, con la elección Menem vs. Bordón hubo amagues pero todo terminó con apenas una participación de Menem en un programa de Tinelli”<sup>26</sup>.

Rogelio Alaniz (2000) describe: “El Presidente Menem declara que no está dispuesto a discutir con otros candidatos porque supuestamente carecen de propuestas. Asegura que quien se porta bien y gobierna bien no tiene por qué someterse a los rigores de la polémica con la oposición (...) Menem no quiere discutir con Bordón y Massaccesi (...) porque las encuestas le aseguran que puede ganar, y por lo tanto, no vale la pena arriesgar esa ventaja (...)”.

De hecho, en las dos oportunidades desde 1983 en que un presidente fue por la reelección (Cristina Kirchner en 2011) no hubo avances reales en la organización de un enfrentamiento por TV, conociendo de antemano la negativa de un presidente en ejercicio a exponerse en una situación de este tipo. En ambos casos las encuestas los favorecían.

El siguiente turno, en 1999, sin la posibilidad de que Menem reeligiera, podía ser una buena oportunidad para reflatar la idea de un debate presidencial por TV en la Argentina.

---

<sup>25</sup> El entrevistado que participó en la campaña Menem-Ruckauf 1995, luego trabajaría para Sergio Massa.

<sup>26</sup> Conductor televisivo de programas de entretenimiento de altísima popularidad en la Argentina

## **6.2 La crisis de los partidos**

El siguiente turno fue en 1999 cuando ya Carlos Menem no podía ir por un tercer mandato. El Partido Justicialista llevó como candidato al gobernador bonaerense Eduardo Duhalde. El radicalismo hizo una coalición con el Frepaso y llevó como candidato a Fernando De la Rúa. Ese espacio –la Alianza– ya había ganado las elecciones legislativas de 1997 y todo indicaba que ganaría las presidenciales. Una encuesta de Mora y Araujo de agosto vaticinaba un resultado de 48% para De la Rúa y 29% para Duhalde ("*De la Rúa gana por 19 puntos*", (03/09/99). La Nación).

El intento de debate fue encarado por el programa "A Dos Voces" de la señal Todo Noticias que estuvo cerca de lograrlo, aunque sin éxito. En ese ciclo televisivo también se había dado la primera entrevista que había permitido la fundación de la Alianza (Sylvestre, 2016)<sup>27</sup>.

"En el de De la Rúa Presidente (*su candidato*) llevaba las de ganar. No había decisión política de hacerlo. No había el clima propicio para los debates presidenciales si sabías que tenías algo para perder. Fernando no era un gran orador", explica el asesor de De la Rúa entrevistado para esta tesis<sup>28</sup>. "En aquel momento hubo enojo de 'A Dos Voces' que era el que más insistía, aunque hubo varios que insistían", aclara.

En distintas entrevistas, Gustavo Sylvestre uno de los conductores de aquel "A Dos Voces", contó su versión de los hechos: "El que va adelante no debate. Cuando yo estaba en 'A Dos Voces' llegamos en el año '99 a firmar un compromiso con Darío Lopérfido, en representación de Fernando De La Rúa, y Carlos Ben, en representación de Eduardo Duhalde. Ellos habían dado el consentimiento para el debate y una semana

---

<sup>27</sup> Se trata de una entrevista conjunta realizada en ese programa a Raúl Alfonsín y Carlos "Chacho" Alvarez, líder del Frepaso. Luego de esa entrevista se constituyó la Alianza, según relata Sylvestre.

<sup>28</sup> En adelante este asesor será presentado como "El asesor de Mauricio Macri", aunque en esta campaña trabajó para De la Rúa.



antes De La Rúa se bajó. Como iba primero en las encuestas, se bajó. Y no hubo forma” (Schapiro, 2015).

El siguiente turno fue en 2003. De la Rúa no había podido terminar su mandato en medio de una de las mayores crisis políticas y económicas de su historia en los años 2001 y 2002 (Di Mauro, 2003). Eduardo Duhalde fue electo presidente provisional por parte del Congreso y convocó a elecciones adelantadas para abril de 2003.

Los tradicionales partidos (UCR y PJ) se dividieron en tres. El Justicialismo con distintas siglas llevó como candidatos a:

Carlos Menem (Frente por la Lealtad), Néstor Kirchner (Frente para la Victoria, apoyado por Duhalde) y Adolfo Rodríguez Saá (Movimiento Popular Unión y Libertad). También se presentaron tres candidatos de extracción radical, dos de los cuales habían formado su propio partido: Ricardo López Murphy (Recrear), Elisa Carrió (ARI) y Leopoldo Moreau (que conservó el sello partidario UCR).

En la primera vuelta electoral el candidato presidencial que encabezaba las encuestas era Carlos Menem ("*Una última encuesta ubica a Menem...*", 25/04/03. Infobae.com) y se negó sistemáticamente a debatir pese a recibir múltiples propuestas por parte de distintos medios de comunicación. Ese año sí se logró realizar en el programa “A Dos Voces” un debate entre los seis candidatos a vicepresidente.

En esa primera vuelta electoral, Menem salió primero con el 24,45% de los votos, seguido por Néstor Kirchner, con el 22,24%, lo que los obligaba a dirimir la elección en una segunda vuelta.

Para esa instancia, las encuestas mostraban un panorama muy distinto: Menem había llegado casi al techo de su intención de voto mientras que Néstor Kirchner congregaba

las voluntades de casi todo el espectro opositor al expresidente ("*En todas las encuestas Kirchner...*", 14/05/03. Clarin.com). Así, el que empezó a reclamar un debate presidencial fue Menem, mientras que Kirchner se lo negó, con el argumento de no estar "*dispuesto a debatir con el pasado*" ("*Kirchner se negó a un debate ...*", 30/03/03. Clarin.com)

"El candidato presidencial Néstor Kirchner dijo que no quiere dialogar 'con el pasado' y le dio la espalda a un debate con Carlos Menem, su rival en el próximo balotaje del 18 de mayo", informaba el Diario Clarín, frente al pedido de Menem.

Finalmente Menem, al advertir una derrota casi segura, decidió renunciar a su candidatura.

### **6.3 El kirchnerismo**

"En 2007 con la primera elección de Cristina ni hubo intento", explica el asesor múltiple entrevistado para esta tesis quien en aquella elección asesoró a Carrió (que salió segunda) en aquella elección. Ese año Néstor Kirchner decidió no competir por la reelección y le cedió la candidatura a su mujer, Cristina Fernández de Kirchner. Virtualmente funcionó como un voto de continuidad a ese proyecto político. El productor de "A Dos Voces" indica que existió una conversación con el kirchnerismo para intentar realizar el debate, pero que se desistió rápidamente. Ese año Cristina Kirchner no dio entrevistas en toda la campaña y solo dio una en "A Dos Voces".

Como se explicó anteriormente, en 2011 tampoco hubo intento de organizar un intercambio televisivo entre los candidatos. "En algún otro caso, como en la presidencial de 2011, se llevaban cartas formales de invitación a los despachos para un

eventual debate pero solo como una formalidad o un acto de presencia. Se sabía que ese debate era imposible”, dice el productor de “A Dos Voces” y TN entrevistado para este trabajo.

Por último, Cristina Kirchner tampoco solía dar entrevistas ni siquiera en tiempos de campaña (*"La Presidenta y la comunicación..."*, 27/07/11. Clarin.com). No era fácil entonces proponer un debate.

En 2015 comenzaba una nueva etapa: Cristina Kirchner no podía ser reelecta y el panorama electoral aparecía más difuso; las encuestas indicaban que sería difícil que algún candidato ganara en primera vuelta.

En agosto de 2014 (un año antes de las primarias) encuestas de la consultora Poliarquía daban Un 25% eligió a Scioli; 24% a Massa; 21% a Macri; 7% a Cobos; 7% a Binner; 5% a Carrió; 2% a Altamira. Un 9% estaba en duda (*"Nueva guerra de encuestas entre Scioli y Massa"*, 25/08/14. Clarin.com).

En abril de 2015 (con los espacios electorales más clarificados) la misma encuestadora marcaba que Scioli tenía un 33,4% de intención de voto contra 27,3% de Mauricio Macri y 20,1% de Sergio Massa (*"Scioli supera a Macri..."*, 19/04/15. *La Nación*)

El escenario parecía más allanado para que se diera el primer debate electoral de la historia argentina.

Antes de ingresar en el terreno de la última elección. Vale la comparación de los otros casos en que sí fue posible hacer los debates: el caso de la jefatura de Gobierno porteña, donde de seis elecciones, en cinco oportunidades fue posible concretarlo. ¿Qué fue lo que lo hizo posible?

#### **6.4 Los debates porteños**

La primera elección de jefe de Gobierno porteño se dio en 1996 a partir de la reforma de la Constitución Argentina en 1994, que le dio autonomía a la Ciudad de Buenos Aires (antes el intendente era un delegado del Poder Ejecutivo Nacional).

Desde la primera edición se logró hacer uno o más debates electorales en que participaron al menos los candidatos con más chances de la elección. En todos los años, a excepción de 2011, se hicieron en el programa “A Dos Voces” de la señal Todo Noticias.

Además, en 1996 organizó el debate principal Hora Clave, conducido por Mariano Grondona (por entonces era el líder de audiencia). Y en 2003 hubo uno organizado por la televisión pública y conducido por Gabriel Loretti, entonces decano de la carrera de Comunicaciones de la UBA. El debate fue entre Aníbal Ibarra y Mauricio Macri.

Por otro lado, en 2011 –el año en que no se pudo realizar en la categoría Jefe de Gobierno- hubo uno a vicejefes organizado por el programa Le Doy Mi Palabra (conducido por Alfredo Leuco en canal 26) y uno en que faltó el candidato que resultaría ganador (Mauricio Macri) organizado por Gustavo Sylvestre en el canal A24. En aquel, estuvieron Daniel Filmus (FpV), Fernando “Pino” Solanas (Proyecto Sur) y Ricardo López Murphy (Partido Autonomista), con el atril vacío de Mauricio Macri (PRO).

**El resto de los debates fueron:**

**1996.** Fernando De la Rúa (UCR), Norberto Laporta (Frepasso), Gustavo Béliz (Nueva Dirigencia) y Jorge Domínguez (PJ).

**2000.** Aníbal Ibarra (Alianza), Domingo Cavallo (Encuentro por la Ciudad).

**2003.** Mauricio Macri (Compromiso para el Cambio), Aníbal Ibarra (Frente Progresista), Luis Zamora (Autodeterminación y Libertad) y Patricia Bullrich (Unión por Todos).

**2007.** Mauricio Macri (PRO), Daniel Filmus (FpV), Jorge Telerman (+Buenos Aires).

**2011.** Sin debate. Los tres principales competidores eran Mauricio Macri (PRO), Daniel Filmus (FpV) y Fernando “Pino” Solanas. Filmus no fue al de “A Dos Voces”, de TN; Macri al de “Con Voz Propia” en A24.

**2015.** Horacio Rodríguez Larreta (PRO), Martín Lousteau (ECO), Mariano Recalde (FpV). Ese año, también en “A Dos Voces”, se hicieron los debates internos antes de las PASO del PRO (Entre Horacio Rodríguez Larreta y Gabriela Michetti) y de ECO (Martín Lousteau, Graciela Ocaña y Martín Berthogaray).

También en Capital Federal se hicieron todos los debates a diputados y senadores nacionales por ese distrito, excepto los de 2011<sup>29</sup>. Esto mostraría la instalación en la cultura democrática de esta modalidad en el distrito, lo que podría ser una de las causas de su institucionalización.

---

<sup>29</sup> Ese año no se pudo realizar ningún debate por la negativa del kirchnerismo a debatir en la señal de TN, ámbito en que se habían institucionalizado este tipo de encuentro. A partir de 2008 el Gobierno kirchnerista entró en una dinámica de confrontación con el Grupo Clarín, principal grupo de medios de la Argentina y del que forma parte el canal Todo Noticias.

Aunque también se debe considerar que, particularmente en la categoría de jefe de Gobierno, no existió nunca un favorito para quedarse con la elección salvo en 2015, cuando el PRO tenía una clara ventaja en las encuestas ("*Encuesta Aurelio: 45% para Larreta...*", 27/06/15. *iProfesional.com*). En 1996 existía una tendencia favorable al candidato Fernando de la Rúa pero no era tan abrumadora (Serra, 1996).

En todos los casos hubo segunda vuelta, salvo en 1996, cuando todavía la figura de balotaje no estaba creada. Es decir, que más allá de lo que pasara en primera vuelta, el candidato ganador tendría que ir a seducir a otra porción del electorado en la segunda.

¿Pero cómo decidieron los actores su participación o no en el debate?

“En el caso de Mauricio nunca fue la conveniencia. Él quería debatir. Nosotros lo único que planteábamos era acotarlo a un debate. En su convicción él se hubiera comprometido con muchos”, sostiene el asesor de Macri entrevistado para esta tesis. “No hay un solo factor que determine si se hace o no un debate. Lo importante es si uno puede o no manejar ciertas condiciones”, agrega.

Entrevistado para este trabajo, un asesor que participó asesorando a distintos espacios y que tuvo mucha participación en este tipo de enfrentamientos en la Ciudad de Buenos Aires aclara: “Las encuestas determinan. Los K<sup>30</sup> participaron solo cuando perdían. Por ejemplo, Bielsa<sup>31</sup> o Filmus (...) La única que debate siempre es Carrió que incluso en las últimas elecciones con encuestas de 50 puntos aceptó debatir”, aclara.

El mismo asesor detalla un poco más las condiciones que viabilizan o no la participación:

---

<sup>30</sup> Refiere al kirchnerismo.

<sup>31</sup> Refiere al debate 2005 a Diputado nacional entre Macri, Rafael Bielsa y Elisa Carrió.

“Mis candidatos debatieron siempre al menos una vez. Cuando no participaron fue porque las otras propuestas no fueron serias. ‘A Dos Voces’ trabaja bien y empieza a convocar 10 meses antes. La previsión en campaña es fundamental y el resto no la tiene. A mí me han llamado 15 días antes de las elecciones para ofrecerme debates: eso es un delirio (...) Otro tema es que cuando estás cumpliendo tu objetivo de campaña, cada debate es riesgoso. Entonces, se prefiere hacer un solo debate (...) A veces hablamos con los otros equipos de campaña y puede existir algún acuerdo entre nosotros. Lo mismo que la cantidad de participantes. Hay diálogo”.

El productor del ciclo “A Dos Voces” de TN responde por qué cree que en Capital se pudieron hacer estos encuentros “(...) como existe una mayor paridad de fuerzas y el público porteño tiene más interés en los debates pareciera que el costo político de negarse a debatir es mayor”.

“De todos modos, -agrega- se debe reconocer que en los últimos 10 años, en que el PRO lideró las encuestas en Capital siempre fue muy abierto a debatir. Incluso en la última elección legislativa, donde las encuestas le daban 35 puntos arriba del segundo, no pusieron mayores condiciones a la hora de aceptar el debate”.

En algún punto en esto coincide el asesor de Macri: “Los únicos candidatos que siendo primeros aceptaron debatir fueron los míos. El PRO tiene un equipo de comunicación muy sólido. Creíamos que nuestros candidatos eran los mejores. Y tenemos un gran equipo de debates. Y los resultados se vieron”.

Más allá de esa opinión del asesor del PRO, las encuestas previas no le daban una distancia significativa ni en 2003, 2005 y 2007, las tres veces que Macri participó como candidato porteño<sup>32</sup>.

En 2011, cuando Macri iba por su reelección, la ventaja en las encuestas era mayor e igual había aceptado debatir en TN. Pero esa propuesta no se concretó.

Explica el productor: “Otro factor que hizo caer algunos debates fue la pelea entre el Grupo Clarín y el gobierno kirchnerista. En 2011, pese a que el Frente para la Victoria figuraba segundo en las encuestas de jefe de Gobierno, el candidato Filmus se negó a participar del debate por orden de Cristina Kirchner. Lo mismo pasó en las legislativas de ese año”.

La paridad en las encuestas y la necesidad de captar al electorado independiente en un eventual balotaje fueron causas importantes en la institucionalización de los debates en la Ciudad. La determinación de Macri y del equipo de comunicación del PRO (partido líder en la ciudad desde 2005) en sostenerlos, incluso en ventaja en las encuestas, también fue importante para consolidar la tradición.

En cambio, si se observan las planillas de audiencia, no se puede verificar la existencia de una demanda real por parte de la ciudadanía. Según Mitchelstein (2005) en las elecciones del año 2000 lo vieron 155.000 personas; en 2003, 80.000. Solo el de segunda vuelta de 2003, llegó a los 433.000 televidentes por ser emitido en un canal de aire<sup>33</sup>. El de 2007 llegó a 240.000 personas (Gorenstein, 2007)<sup>34</sup>. En 2015, llegó a 400.000 (*"Cómo fue el rating del debate Larreta-Lousteau-Recalde"*, 25/06/15. Clarín).

---

<sup>32</sup> Como ejemplo vale encuesta de Julio Aurelio, de abril de 2007 (dos meses antes de la elección) que le daba a Macri 38,3% frente a los 22,9% de su competidor Jorge Telerman. Si bien la diferencia era amplia en primera vuelta, se especulaba con las dificultades para ganar en segunda vuelta. ("Macri se desvela por no ir al balotaje", 27/02/2007. LaPolíticaOnline.com)

<sup>33</sup> Rating medido por la consultora Ibope.

<sup>34</sup> Tener en cuenta que cada punto de rating equivale a 100.000 televisores.



Ese año en la Ciudad votaron 1.880.136 electores, es decir 4,7 veces más de personas de las que vieron el debate

## **6.5 La elección de 2015**

Como se planteaba anteriormente, en las elecciones presidenciales 2015 parecían estar dadas las condiciones estructurales para que existiera un debate con todos los candidatos. La mayoría de las encuestas vaticinaban que la distancia entre los candidato no era grande y que habría segunda vuelta.

“Los años de polarización política en nuestro país, en un contexto de una elección presidencial que se preveía competitiva, generaban condiciones para promover un debate presidencial” (Charosky, 2015).

Así se organizaron dos propuestas para primera vuelta, de las cuales solo una se concretó pero sin el candidato que lideraba las encuestas. Ya en segunda vuelta sí pudo realizarse el debate cara a cara entre Daniel Scioli y Mauricio Macri.

¿Pero por qué Scioli se ausentó de la primera vuelta y luego fue a la segunda?

### **6.5.1 “Argentina Debate”, primera vuelta**

En la última elección, en el año 2015, fue cuando más cerca se estuvo de generar un debate en primera vuelta con todos los candidatos presidenciales. Pero finalmente se realizó sin Daniel Scioli, que era el que hasta ese momento lideraba las encuestas con una cómoda mayoría. La incógnita, para buena parte de los consultores por entonces, era si ganaba en primera vuelta o si debía ir al balotaje.

Hernán Charosky (2015) relata: “La perspectiva de una elección competitiva, en la que no parecían recortarse las diferencias de elecciones anteriores, abría la puerta a que la propuesta de realizar un debate presidencial no fuera tan fácil de descartar **bajo premisas tacticistas tales como la idea de que ‘el que gana no debate’**. La eventualidad de un debate presidencial **parecía un escenario que, si la demanda se volvía un hecho social, ningún candidato estaba en condiciones de descartar por completo**”.

Frente a ese escenario se constituyeron dos propuestas diferentes para organizar el debate. La primera corrió por cuenta de la producción de “A Dos Voces”, el histórico ciclo del canal Todo Noticias, perteneciente al Grupo Clarín. Allí se planteó un esquema de discusión más acotado en la cantidad de participantes y con más cruces entre los candidatos, con el estilo habitual de este programa.

La segunda propuesta partió de un conglomerado de organizaciones de la sociedad civil, empresas y periodistas que se denominó “Argentina Debate”, sin antecedentes en la materia pero que adquirió visibilidad por el alto perfil de sus integrantes.

Así se presentaba “Argentina Debate”:

*“Argentina Debate” es una iniciativa impulsada por un grupo de jóvenes empresarios que comparten valores y su compromiso con el bien común, y CIPPEC, una organización independiente y apartidaria que trabaja para mejorar la calidad del debate público. Mediante el trabajo conjunto, buscamos promover la cultura del diálogo en la sociedad, aprendiendo de las mejores prácticas, compartiendo visiones sobre diagnósticos y posibles acciones, y contribuyendo a identificar cuál es la agenda estratégica de desarrollo que oriente las discusiones y futuras decisiones del sistema político. Es clave que las primeras figuras*

*políticas se apropien de esta iniciativa y que el debate presidencial sea el símbolo de un cambio cultural. La iniciativa busca crear un espacio plural, multisectorial y no partidario. Hoy ya son parte de “Argentina Debate” referentes de la vida pública, política y cultural del país, de reconocida trayectoria, que desde un espacio colectivo contribuyen a pensar la estrategia e impulsar al armado de una coalición más amplia”<sup>35</sup>.*

Del comité estratégico de “Argentina Debate” participaron entre otros:

- *Alberto Abad*
- *León Carlos Arslanian*
- *Juan Pablo Bagó*
- *Diego A. Blasco*
- *José Octavio Bordón*
- *Federico Braun*
- *Nicolás Braun*
- *Gabriel Castelli*
- *Gustavo D’Alessandro*
- *Gerardo della Paolera*
- *Graciela Fernández Meijide*
- *Marcos Galperín*
- *Santiago Lacase*
- *Eduardo Levy Yeyati*
- *Juan Llach*
- *Carlos March*
- *Agustín Otero Monsegur*

---

<sup>35</sup> Del documento fundante de Argentina Debate

- *Andrés Rodríguez*
- *Adalberto Rodríguez Giavarini*
- *Karina Román*
- *Fernando Straface*

Por otro lado, participaban indirectamente todos los canales de televisión a través de la Asociación Argentina de Televisión. En esa mesa se sentaban representantes de todos los canales de aire: Canal 13, Telefé, Canal 9, América TV y la TV Pública.

Los medios gráficos enviaron representantes para participar de un comité temático que se encargó de pensar qué temas se debatirían: lo integraban periodistas de Clarín, La Nación, Infobae, el Cronista y Perfil, entre otros.

Según Charosky (2015): “Con los medios escritos se trabajó en un temario, tomando contenidos surgidos de los intercambios con las OSCs e instituciones académicas y otras fuentes. Eso permitió organizar cuatro ejes para el o los debates: desarrollo económico y humano; educación e infancia; seguridad y derechos humanos; y fortalecimiento democrático. Para cada uno de esos ejes se propusieron tópicos más específicos”.

Es importante señalar que la participación de los canales se dio a través de la entidad que los agrupaba. Con la negativa de Scioli de asistir al debate, los canales se liberaron de la obligación de transmitirlo.

Para este trabajo se entrevistó a uno de los organizadores de “Argentina Debate”, quien relató cómo se gestó esa iniciativa:

“En 2014 Cippec, organización con la que yo colaboraba, logra un acuerdo con el grupo de empresarios GAM (Grupo de Argentina Mejor), que reunía a empresarios sub-50 que querían reflexionar e influir sobre la vida pública diferenciándolo del lobby personal de sus propias empresas. Surgió la posibilidad de promover un debate presidencial como un programa de Cippec. Materialmente distinto a Cippec, con su propios comités y reglas de gobernanza e independiente de Cippec en cuanto a la estrategia, pero con una fuerte motorización por parte de la organización”, cuenta.

Los organizadores trabajaron sobre cuatro ejes en la previa. “El primer desafío fue convocar a un comité estratégico que le diera una amplia base a la iniciativa. Estaban algunos de estos empresarios y luego convocamos a algunas personalidades ‘notables’”, describe.

En segundo término invitaron a ONGs que estaban interesadas en que se debatieran los temas que a ellos les interesaba. En tercer lugar a los medios de TV y por último a los medios gráficos (participaron todos los nacionales menos Página/12).

Según sus organizadores, la etapa previa consistió en reuniones de trabajo con los precandidatos para intentar convencerlos de que el debate era importante. Paralelamente generaron acciones de difusión para concientizar a la opinión pública de la importancia del debate electoral. Se difundieron además encuestas de opinión que demostraban el interés mayoritario de la población en que los candidatos se cruzaran frente a frente.

Estas mismas encuestas sirvieron como base para el “comité temático” a la hora de proponer los temas que se abordarían.

El trabajo más difícil empezó cuando terminaron las Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO) y había que sentarse definitivamente a negociar con los

candidatos. En orden descendente en cantidad de votos los candidatos que habían logrado ingresar a las generales fueron:

- Daniel Scioli (Frente para la Victoria)
- Mauricio Macri (Cambiemos)
- Sergio Massa (Unidos por una Nueva Argentina)
- Nicolás del Caño (Frente de Izquierda)
- Margarita Stolbizer (Progresistas)
- Adolfo Rodríguez Saá (Compromiso Federal).

Sección 1. Desarrollo Económico y Humano	Sección 2. Educación e infancia	Sección 3. Seguridad y Derechos Humanos	Sección 4. Fortalecimiento democrático	Sección 5. Sección multitemática	Sección 6. Cierre
Macri	Stolbizer	Del Caño	R. Saá	Scioli	Massa
Stolbizer	Del Caño	R. Saá	Scioli	Massa	Macri
Del Caño	R. Saá	Scioli	Massa	Macri	Stolbizer
R. Saá	Scioli	Massa	Macri	Stolbizer	Del Caño
Scioli	Massa	Macri	Stolbizer	Del Caño	R. Saá
Massa	Macri	Stolbizer	Del Caño	R. Saá	Scioli

*Ilustración 1: Primer sorteo de los temas a debatir y el orden de las exposiciones*

“Entre las PASO y las generales se armó un comité con representantes de todos los partidos políticos. Los de Scioli venían y hasta firmaban las reglas. A diferencia de los otros espacios, el equipo de Scioli mandaba a un funcionario de segunda o tercera línea, mientras que el resto mandaba a alguien de primera línea. Hasta que en un momento dejaron de venir”, dice el miembro del comité organizador de “Argentina Debate”.

¿Cómo se vivió del otro lado? Cuenta uno de los asesores de Scioli que participó de algunas negociaciones: “Le informaron (a Scioli) que había reuniones. El tipo (Scioli) no dijo que no, Pero yo nunca le escuché decir que iba a ir. Una sola vez le pregunté y no me contestó. No intenté convencerlo. Yo creo que había que ir. Pero si no, había que decirlo de arranque porque se generan expectativas”, relata.

¿Cuál era la estrategia de Scioli? Su asesor analiza. “Había dos teorías al respecto. La mía y otra que no es mía. La otra planteaba que Scioli había expresado su voluntad de participar y por eso mandaron a alguna gente a participar de las reuniones que se habían convocado. La mía es que Scioli, por su forma de ser, lo que hacía era no decir que no. El equipo no tenía confirmación pero avanzaba en su participación en las reuniones. Cuando el debate se hizo, él no fue”.

En el paper “*El camino a los debates presidenciales*” se explica que en determinado momento “el equipo de campaña del candidato Daniel Scioli dejó de asistir a las reuniones de coordinación, dando señales de que desistirían de debatir” (Charosky 2015).

¿Cuál fue finalmente la principal variable que el equipo de Scioli tomó para decidir si participar o no? Su asesor responde: “Si la inercia en el escenario electoral nos favorecía o no. Los candidatos creen que los debates pueden cambiar abruptamente el sentido de la elección. Si van arriba creen que puede aparecer algún golpe de efecto que cambie el humor social”.

La falta de confirmación de la participación de Scioli en ese primer debate generó un momento de interrogantes sobre la realización. ¿Se haría finalmente? ¿Qué condiciones pondrían los demás candidatos? ¿Qué condiciones pondría la televisión ante esta ausencia tan importante?

Entre los candidatos, la llave definitiva la tenía Mauricio Macri: había salido segundo en las PASO y debía definir si estaba dispuesto a sentarse a discutir contra aquellos que habían sacado menos votos que él. La especulación previa era que todos intentarían ir a confrontarlo a él. “La teoría indica que siempre el candidato que va abajo en las encuestas va a querer confrontar con el que va arriba, a intentar sacarle votos y dejarlo mal parado. En general, esa es la estrategia que toman los candidatos”, opina el productor de “A Dos Voces” entrevistado para este trabajo desde su experiencia en armado de debates.

¿Qué haría Mauricio Macri? Así lo vivió el organizador de “Argentina Debate”: “El costo para él de bajarse era cero. (Jaime) Durán Barba<sup>36</sup> no quería que participara, según lo que nos decían a nosotros. Los costos de hacer caer el debate ya los había pagado Scioli. Y de los otros candidatos él era el único que tenía una gestión que defender porque era jefe de Gobierno, y el resto eran legisladores”.

¿Cómo se vivió desde el lado de Mauricio Macri?: “Sabíamos que si no íbamos ese debate (el de primera vuelta) se caía. Y nos fue bien. En el caso de Macri, él tiene la convicción de que debatir es importante y la seguridad en sí mismo”, reconoce el asesor del PRO. Y agrega:

“Nosotros lo único que planteamos como condición para asistir a ese primer debate era que estuviera el atril vacío. Si no, no íbamos. Nos planteaban hasta último momento que era mejor sacarlo, que no se veía bien en la imagen del plano largo. Hubo presiones de Scioli a la organización del debate. Hubo muchas amenazas cruzadas. Incluso yo agarré a un productor y le dije: ‘Si sacás el atril, yo salgo a denunciar que lo hacés porque sos kirchnerista’”.

---

<sup>36</sup> Nota del investigador: Durán Barba es el consultor principal de Macri en materia de estrategia electoral.



Dejar el atril vacío para marcar la ausencia de Scioli fue una condición necesaria para que se diera ese primer debate. El organizador de “Argentina Debate” reconoce: “Hubo muchas presiones para que lo sacáramos. Macri y el resto de los candidatos tuvieron una posición muy dura para que se dejara. Porque había un papel firmado con el orden de los atriles, sorteo de exposiciones, etc.”.

¿Cómo lo vivió el resto de los candidatos? El más importante en esa escena, después de Macri, era Sergio Massa (su espacio, sumando los votos de su adversario interno había obtenido 20,57%).

Un asesor en comunicación de Sergio Massa entrevistado para este trabajo relata: “En el debate presidencial por ejemplo no podíamos no estar. ¿Si hubo acuerdos con otros espacios? La relación con Scioli estaba cortada. Con Macri había habido un acuerdo de no pegarle con cosas del padre, ni cosas personales”, explica. “El atril vacío de Scioli fue algo que pedimos nosotros. Si el tipo no iba había que marcarlo de alguna manera. Era para marcar la debilidad”, agrega.

¿Para qué servía eso? Otro de los entrevistados para esta tesis, que se desempeña mayoritariamente como encuestador, aunque también realiza tareas de consultoría afirma que es “un tema clave discutir es qué pasa si alguno de los participantes no va”. “Eso hay que tratar de aprovecharlo. Es clave negociar el atril vacío en caso de que uno de los participantes no vaya (...) podés usarlo bien, como hizo Massa en el presidencial<sup>37</sup>, para marcar la ausencia de Scioli sin hablar. El éxito del debate es que tengas 30 segundos que puedas usarlos como parte de spot de campaña”, opina

---

<sup>37</sup> Refiere al momento en que Massa tenía un tiempo libre para referirse al Scioli ausente y decide quedarse callado durante unos segundos

No obstante las estrategias de cada uno a la hora de negociar, el integrante del equipo de comunicación de Massa también cree que la decisión que habilitó el debate fue de Macri. “Si vos vas perdiendo tenés que aceptar cualquier condición (...) Macri es un tipo diferente. La fórmula que le resultó fue ser diferente. En la discusión de si ir o no al debate (del que se ausentó Scioli) Macri eligió a su equipo de comunicación”.

El asesor de Massa es enfático en eso: “Macri eligió a su equipo de comunicación”. De alguna manera esto se repite en otras entrevistas, lo cual se abordará en un apartado posterior.

“Macri la vio. Vio la oportunidad y Duran Barba hacía un cálculo más conservador. Macri entendió el cambio cultural que significaba este debate. Scioli tuvo mala visión”, sostiene el organizador el “Argentina Debate”.

Otro inconveniente que surgió en la realización de ese debate electoral sin Scioli fue la televisación, según relata el entrevistado de la ONG. “ATA (Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas) nos había hecho firmar un acuerdo de que solo televisarían en caso de que participaran todos los candidatos y que si no se abrían. Cuando queda claro que Scioli no va a venir todos los canales se empiezan a bajar. Se hundía todo. Solo Canal 26<sup>38</sup> decía que iba a seguir adelante. América el día martes o miércoles previo al debate también se había bajado”.

Pero con la participación de Mauricio Macri confirmada, el resto de los candidatos también confirmó. El atril vacío quedó en el escenario de la Facultad de Derecho. Los canales que habían seguido hasta el final las negociaciones (Canal 13, América TV y Telefé) mantuvieron a los conductores: Marcelo Bonelli, Luis Novaresio y Rodolfo

---

<sup>38</sup> Nota del autor: Canal de cable de baja audiencia

Barilli, respectivamente. Canal 9 se había bajado antes y la TV Pública nunca confirmó su participación.

El debate se hizo el domingo 4 de octubre de 2015. De todos esos canales, y a último momento, solo América decidió transmitirlo en vivo. Telefé se mantuvo al margen y Canal 13 lo transmitió en diferido en su señal de noticias TN. El debate también se pudo ver por YouTube y en medios digitales como TN.com.ar, Infobae, entre otros.

La televisación logró picos de rating de 10,5 en América y 4,3 en Canal 26.<sup>39</sup> Más allá de la audiencia, ¿qué impacto tuvo el debate para los protagonistas de las negociaciones?

“¿Si Scioli perdió por no ir al debate? No es la única variable, así como un afiche no gana las elecciones. Es una sumatoria de cosas. Son variables que bien coordinadas te llevan a ganar una elección”, opina el asesor de Macri.

El asesor de Scioli relativiza el impacto de esa ausencia: “Nosotros hacíamos tracking IVR (método de encuesta telefónica). El debate no modificó la tendencia. La no asistencia pudo influir, aunque no podemos precisar que haya sido eso porque justo por esos días se dieron varias noticias negativas para la campaña de Scioli que deterioraron la imagen de Daniel”.

El consultor en opinión pública plantea dudas sobre cuánto pudo influir en la elección: “Algunos plantean que Scioli perdió por no ir. Yo creo que no. La clave fue la kirchnerización de Scioli que era estructural. Lo del debate fue un elemento circunstancial”.

---

<sup>39</sup> Según Ibope

Hay dudas sobre el impacto que pudo tener en la opinión pública o en la imagen de Scioli su ausencia en el debate. Sin embargo, en primera vuelta el candidato ganó por menos de lo esperado. Scioli quedó con 37,08% frente al 34,15% de Macri. Debía ir a competir mano a mano contra Macri en una segunda vuelta, cuando se especulaba con que la mayoría de los votos de Sergio Massa irían a parar a Macri, por el perfil mayoritariamente antikirchnerista de sus votantes ("*Ballotage: Macri con ventaja...*", 11/11/15. Lapolíticaonline.com).

Ese pobre resultado, respecto a lo que se esperaba según las encuestas previas, hizo que Scioli aceptara participar en un segundo debate en balotaje, como se explicará más adelante.

“Scioli, encabezando las encuestas, se negó a debatir tanto en TN como en “Argentina Debate” en 2015. Lo primero que hizo después de la primera vuelta y, al ver que las encuestas no lo favorecían, fue pedir nuevos debates”, explica el productor de TN.

La única consecuencia directa de su ausencia en aquel debate fue que Scioli tuvo que aceptar luego las mismas reglas para la contienda de cara al balotaje.

Pero antes de pasar a cómo se organizó y se definió la realización del segundo debate en que sí estuvieron los dos candidatos, vale repasar cómo fue la organización del otro debate truncado en las elecciones de 2015. Un debate del que –según sus organizadores– Scioli había aceptado participar originalmente, pero luego declinó.

#### **6.5.2 El debate frustrado de TN**

Mientras la propuesta de “Argentina Debate” avanzaba en primera vuelta a partir de su propia estrategia, el histórico ciclo de debates televisivos en la Argentina, “A Dos Voces”, de la señal TN, avanzaba con su propia negociación.

En el caso de TN, la estrategia comenzó con la realización de una primera puesta en escena cuando un año antes de la elección se invitó a todos los precandidatos a firmar un acta compromiso de que estarían dispuestos a debatir. Participaron de aquella firma los que eran los precandidatos de UNEN (Elisa Carrió, Ernesto Sanz, Julio Cobos, Hermes Binner), el candidato del PRO, Mauricio Macri (todavía no se había conformado Cambiemos), José Manuel de la Sota y Sergio Massa (posteriormente ambos en el espacio UNA). Daniel Scioli estuvo en el programa, se comprometió a dar “todos los debates”, pero prefirió no firmar. “Scioli nunca dijo ‘Voy a ir’. Siempre fue y es muy cuidadoso en sus mensajes: ‘No voy a eludir el debate’, ‘voy a discutir todo’. Nunca quiso ir al debate ni darlo. Hubo un error en la manera de sacar ese tema de la agenda”, sostiene su asesor entrevistado para este trabajo.

“Scioli en todo momento dejaba claro que él hablaba no a través de sus palabras sino de sus actos. Su presencia en ese programa fue planteada en cámara y fuera de ella como una muestra de adhesión a lo que en ese programa se estaba haciendo y teniendo en cuenta el difícil contexto entre el Grupo Clarín y el kirchnerismo al que él representaba”, difiere el productor de “A Dos Voces”.

El trabajo formal de la producción se retomó cuando estaban definidos los precandidatos. La mayoría de las encuestas mostraban una clara distancia entre los tres primeros candidatos respecto al resto: Daniel Scioli, Mauricio Macri y Sergio Massa.

En ese sentido, para el armado de su debate, “A Dos Voces” elaboró un protocolo similar al que realizó en la mayoría de los que organizó tradicionalmente.

Describe el productor: “No se fijó nunca un criterio preestablecido de los participantes. En algunas ocasiones fueron los tres primeros de las encuestas; en otros se fijó un piso del 20% en encuestadoras prestigiosas o de resultado de las PASO. En alguna ocasión hubo que convocar a todos los candidatos porque fue un requisito planteado por los propios espacios. Como producción siempre priorizamos un debate más acotado”.

En este caso se estableció el criterio previo de que participaría todo aquel candidato que sacara más del 15% en las PASO. Esto generó un evidente malestar con el resto de los precandidatos que sabían que no llegarían a ese piso. (Arnáez, E., 2015)

¿Cómo se encararon las negociaciones? “Las negociaciones siguieron cara a cara con los candidatos y también de manera conjunta”, relata el productor de TN.

¿Qué tuvieron en cuenta a la hora de decidir participar o no? “En primer lugar, sin dudas, es la posición que tienen en las encuestas. El candidato que va ganando es el que menos interés tiene en debatir. En el caso de las elecciones presidenciales esto es un factor determinante. También en las de provincia de Buenos Aires”, asegura el productor.

Hubo reuniones individuales entre los conductores y los candidatos; asesores y productores; y también reuniones generales donde se plantearon las distintas propuestas de debate. Las reuniones fueron siempre con los representantes de los tres candidatos más votados en las PASO.

Uno de los conductores del programa mantuvo reuniones con Daniel Scioli quien, según este conductor, comprometió su presencia en el debate.

Los otros dos candidatos que superaron el piso del 15% (Macri y Massa) también comprometieron su presencia. Con las tres voluntades supuestamente confirmadas, TN

anunció su debate al día siguiente de las PASO, a través de una nota y un corto comercial en que hablaban los tres jefes de campaña de los candidatos: Marcos Peña (por Macri); Gustavo Saenz (por Massa) y Jorge Telerman (por Scioli); (*"Los presidenciales van a debatir..."*, 10/08/15. TN.com.ar).

Sin embargo, en el entorno de Scioli rápidamente salieron a desmentir que las palabras de Telerman fueran una confirmación. Así lo contaba el diario Clarín. “Luego de que TN anunciara ayer públicamente que iba a hacer este debate, fuentes cercanas a Daniel Scioli relativizaron el anuncio y dijeron que ‘no hay nada firmado’. ‘Lo que decimos es que siempre creímos en el debate’, dijo a Clarín una fuente muy cercana al gobernador bonaerense” (Alfie, 2015).

En rigor de verdad, Telerman en ningún momento dice “Scioli va a debatir”. “Pero supuestamente lo había mandado Scioli a anunciar ese compromiso. Siempre pensábamos que tenía que ver con no exponerse tan tajantemente en un momento en que para parte de sus votantes el Grupo Clarín era mala palabra”, opina el productor de TN.

¿Cómo se vivió esta confirmación desde el otro lado? El asesor de Scioli describe:

“(...) Fue un error severo porque generó expectativas de aceptación del debate y de esas condiciones, sobre las que los representantes que iban no decían nada. A mí no me consta que los que fueron hayan ido con el aval de él”, asegura su asesor respecto a esa grabación.

A su vez, hace una descripción del estilo Scioli: “Él no contesta sí o no. Scioli no dice que no. Yo le insisto sobre algún tema hasta que me canso yo o hasta que se canse él. Lo que nunca se puede interpretar es que el silencio de Scioli implica una aceptación o un sí”.

Mientras esos contactos personales se entablaban, la producción avanzó con reuniones conjuntas con los representantes de los candidatos. Mientras que por el lado de Macri y Massa iban sus principales asesores, Scioli enviaba a Alvaro Rufiner, un funcionario de segunda línea a cargo en aquel entonces de los teatros provinciales bajo la órbita del ministerio que dirigía Jorge Telerman.

“En el caso de Scioli, por ejemplo, nunca vi a alguien boludear tanto a TN. Mi intuición me decía que él no iba a ir a debatir a ningún lado”, dice el asesor de Macri y su partido, el PRO.

“La presencia de Rufiner era meramente para estar informado. No opinaba sobre las condiciones del debate planteado, no ponía objeciones, pero venía...”, relata el productor del canal de noticias

"Se dio el primer paso que es que los tres se comprometieron a debatir en Todo Noticias. Falta el segundo paso que es organizarlo", explicó Marcelo Bonelli, uno de los conductores del ciclo “A Dos Voces” en una entrevista con Radio Mitre. En aquella entrevista Bonelli reconoció que el compromiso había sido de palabra, especialmente en el caso de Scioli que no había firmado aquel acuerdo inicial de los precandidatos en 2014. "Scioli vino al programa, dijo que iba a debatir, pero no firmó el acta", confesó y luego contó: "Tuvimos alrededor de 15 reuniones desde febrero hasta ahora en forma individual".

En esa misma entrevista, Bonelli dio detalles de cómo se coordinaba entre los candidatos y la producción: "Todo lo que se avanzó es por consenso. Creamos un comité asesor con los máximos referentes intelectuales de las universidades argentinas - contó- Otro de los acuerdos es que la señal la emitirá TN, pero va a ser libre para que la tome cualquier canal", dijo.



¿Quiénes podrían participar? "Nosotros estamos con un formato de tres candidatos. Es más televisivo y es un formato más parecido al que se usa en los Estados Unidos, donde debaten los que tienen más del 15% de intención de votos según las encuestas. Como acá las encuestas son dudosas, tomamos los resultados de las PASO" (*"La TV Pública vs TN: la pelea por el primer debate presidencial"*, 11/08/15. *Iprofesional.com*).

Pero en esos días, Telerman también salió a relativizar su adhesión al debate: "Scioli siempre está abierto al intercambio de ideas", aclaró ante la pregunta del periodista Charly Fernández el 11 de agosto de 2015. "No hay nada definido. Acerca de las propuestas que se mencionan, no hay nada", prosiguió. La afirmación de Telerman ratificaría así la suposición del informante clave entrevistado para este estudio de caso (*"Telerman desmintió a Clarín/TN..."*, 11/08/15. *Urgente24.com*).

La fecha elegida para el debate había sido el 30 de septiembre. ¿Cómo fue que se canceló? Dice el productor: "Días antes de la fecha, Scioli confirmó que no vendría, aunque dejó abierta la posibilidad de hacerlo en segunda vuelta. Para nosotros un debate presidencial sin el candidato que en ese momento lideraba las encuestas era impensable. Por otro lado, sabíamos por la experiencia de los debates previos que habíamos realizado, que sin ese candidato el resto tampoco querría venir. A diferencia de la propuesta de "Argentina Debate", donde había otros cinco candidatos, en nuestro esquema la posibilidad de un debate mano a mano entre Macri y Massa no parecía viable", relata el productor de TN.

¿Pudo haber existido algún roce en las negociaciones previas que hiciera que el debate se cayera?

Según el productor de TN, la pelea entre el kirchnerismo y el grupo Clarín siempre sobrevolaba las negociaciones, aunque en el caso de Scioli no estaba particularmente presente.

Todas las cuestiones formales que aparecían se iban resolviendo, como en el resto de los debates que organizaron, “siempre por consenso”. “Queda claro que quien figura como favorito en las encuestas es quien tiene más peso en la negociación. Pero siempre se intenta que todos se vayan contentos siendo flexibles”, asegura.

Aunque más tarde aclara: “Parte del problema era que Scioli no pedía ninguna condición, simplemente se limitaba a venir a las reuniones a escuchar”. Se refiere, claro está, a su colaborador Alvaro Rufiner.

El asesor de Massa, elípticamente, también hace mención a esta situación: “El mayor problema es cuando los interlocutores no son válidos. Si eso pasa, el debate está condenado a fracasar”.

La idea de que Scioli no quería discutir mano a mano como parte de una decisión política se refleja también en este testimonio del asesor de Sergio Massa:

“Incluso nos había pasado que se había organizado un debate cerrado entre jefes de campaña al que íbamos a ir los tres representantes de los candidatos. Y a último momento llegó el representante de Scioli, agarró a uno de los organizadores y le dijo que tenía la orden de no sentarse a debatir. Terminó haciendo él una entrevista a solas, y los representantes de Macri y Massa estuvimos en la misma mesa. Por un tema político no pudo quedarse”.

Finalmente, el debate del 30 de septiembre no se hizo. Marcelo Bonelli, uno de los conductores del ciclo, participó como moderador de “Argentina Debate”, realizado sin la presencia de Scioli.

Cuando se conoció el resultado de la primera vuelta, Scioli salió rápidamente a pedir un debate.

“El lunes siguiente a la primera vuelta, Scioli desafía a Macri a debatir y hasta acepta hacerlo en TN, lo que implicaba un doble costo político: ya había tenido que explicar en cada nota por qué no había ido a debatir antes, y ahora tenía que ir a TN”, cuenta el organizador de “Argentina Debate”, que creía que ante ese nuevo escenario no tendría chance de repetir su esquema en segunda vuelta.

Pero fue Macri esta vez quien descartó la idea de que se hiciera un debate en segunda vuelta en TN. “Macri quiso repetir el esquema de la primera vuelta. Cuando se le propuso, el mismo día dijo en un corte de una entrevista que estaba dando en el ‘Diario de Mariana’<sup>40</sup> que aceptaría debatir en las mismas condiciones que la primera vuelta. Así se cerró la opción de hacer un mano a mano entre ellos en TN”, narra el productor de TV.

Como sucedió en otras oportunidades, ahora que la historia se daba vuelta y que las encuestas no favorecían a Scioli fue él quien salió a pedir esos debates.

La diferencia esta vez fue que el que iba arriba en las encuestas a partir de la segunda vuelta aceptó debatir contra su contrincante.

---

<sup>40</sup> Magazine del mediodía de Canal 13 en donde se abordan cuestiones de interés general y de actualidad.

#### **6.5.4 El debate del balotaje de “Argentina Debate”**

En la campaña de Scioli, apalancados por algunos analistas, creían que era posible ganar en primera vuelta (se necesitan según la Constitución argentina más de 45% o más de 40% con una diferencia de 10% frente al segundo). Pero la diferencia entre los dos candidatos era mucho menor a la pronosticada por la mayoría de las encuestas. (*"Encuestas en la recta final..."*, 14/10/15. *Perfil.com*); (*"Con matices, todas las encuestas prevén a Scioli..."*, 2/08/15. *Políticaargentina.com*)

No solo el resultado se achicó, sino que Cambiemos ganó la provincia de Buenos Aires (la candidata María Eugenia Vidal le ganó al kirchnerista Aníbal Fernández por 39,42% a 35,28%) y los resultados provisorios empezaron a conocerse más de seis horas después de que cerraron los comicios. “No importaba el resultado, cumplí con lo que me habían pedido sobre ser prudente”, explicó en conferencia de prensa ese día Alejandro Tullio, el responsable de la organización electoral (*"Escandalosa demora de seis horas..."*, 25/10/15. *LaNación.com*).

Con el resultado puesto, los primeros análisis indicaban que Scioli tendría dificultades para ganar la elección. Se especulaba con que la mayoría de los votos de Sergio Massa (que había sacado un 21,39% de los votos) se inclinaría a votar por Macri.

Atento al cambio de escenario, Scioli desafió a su contrincante a participar del debate. Esta vez Macri, aun sabiendo de su ventaja en las encuestas, decidió aceptar, aunque solamente en el mismo escenario en que se había dado en la primera vuelta (*"Macri acepta el reto de Scioli..."*, 26/10/15. *Clarín.com*).

“Pensábamos que con Scioli diciendo que sí al grupo, ya no podríamos volver a hacerlo. Magnetto<sup>41</sup> decía que no iba a haber debate presidencial. Nosotros estábamos preparados pero creímos que no se iba a hacer”, dice el organizador de “Argentina Debate”. Y analiza: “Macri lo lleva a Scioli al escenario en que él ya había estado y lo deja expuesto. Incluso lo plantea en el transcurso del debate”, analiza.

Y agrega: “Había dos variables para definir la participación o no en el debate<sup>42</sup>. **Scioli solo se enfocó en la diferencia en las encuestas y apostó a conservarlas**”, sostiene sobre la primera vuelta. En la segunda vuelta, estando abajo aceptó concurrir.

¿Por qué Macri aceptó participar aun encabezando las encuestas de segunda vuelta? Vale la reiteración de la cita del organizador de “Argentina Debate” realizada en el apartado anterior “Macri la vio. Vio la oportunidad y Duran Barba hacía un cálculo más conservador. Macri entendió el cambio cultural que significaba este debate. Scioli tuvo mala visión”.

¿Cómo fue la negociación de las nuevas reglas? Así lo vivió el asesor de Scioli que participó:

“Scioli me pide el mismo domingo de la elección que vaya a la reunión del lunes (...) “Argentina Debate” dice que por respeto a los que estuvieron en el debate anterior la idea era mantener el formato. Nosotros no tuvimos inconveniente. Ya estaba muy regulado. No hubo mucha modificación más allá de la ampliación de los tiempos. Ese formato fue a solicitud del equipo nuestro como condición. Se pensaba que el formato como estaba también iba a beneficiar a Scioli. Se puso alguna condición respecto a los

---

<sup>41</sup> Ceo del Grupo Clarín

<sup>42</sup> NdeA: el entrevistado refiere a los incentivos electorales o la ventaja en las encuestas; y el reclamo de cambio cultural de la sociedad a la que hacía referencia en la pregunta anterior.

títulos de los bloques. Ese esquema que pensamos que iba a beneficiar a Scioli lo benefició a Macri”, reconoce el asesor.

Y agrega: “El que necesitaba un debate caliente era Scioli. Era el que tenía que arriesgar. El que necesitaba un debate picante. Al que va ganando le conviene la quietud. Scioli no pidió nada en particular”.

El equipo de comunicación del PRO pidió mantener las reglas con los cambios necesarios teniendo en cuenta que solo eran dos candidatos. “Mauricio sabía que podía perder. Pero no planteó una estrategia cobarde”, opina el asesor de Macri.

¿Qué aspectos pudieron haber generado diferencias en la organización? El organizador de “Argentina Debate” enumera: “Lo que nosotros no queríamos era tiempo libre de discusión. Queríamos mostrar orden. No queríamos un gallinero. Queríamos sobreactuar la civilización. Los intereses de Scioli y Macri en esto coincidían. Respecto a los temas planteados en la organización lo que entraba se negociaba”.

“Al respecto tuvimos diferencias con alguno de los moderadores que, por ejemplo, quería tener espacio para repreguntar. A nosotros nos parecía válido también, pero tuvimos que explicarle que ese era el debate posible”, agrega el organizador.

El debate se hizo finalmente en la Facultad de Derecho el 15 de noviembre.

Días antes, el 4 de noviembre, se acordaron los detalles finales que quedaron expresados en un comunicado emitido por “Argentina Debate”.

*“Durante el debate, los candidatos intercambiarán sus propuestas en materia de desarrollo económico y humano, educación e infancia, seguridad y derechos humanos, y fortalecimiento democrático. El debate prevé tiempo para que los*

*candidatos expongan sus propuestas y tiempo para que planteen preguntas al otro candidato. Por esta razón, el eje y el motor del debate serán las exposiciones, preguntas, réplicas y contrarréplicas de los candidatos, en el marco de las secciones temáticas propuestas por “Argentina Debate”.*

El acuerdo fue sellado entre los representantes de los candidatos Juan Courel y Carlos Gianella (FpV) y Miguel De Godoy (Cambiemos); y miembros del Comité Estratégico de “Argentina Debate”, como José Octavio Bordón y León Carlos Arslanián; Mónica Pinto, decana de la Facultad de Derecho, y Alberto Dalla Vía, juez de la Cámara Nacional Electoral.

Se acordó además que la señal del debate sería abierta y gratuita para TV, radio, e Internet.

El debate finalmente tuvo estas características y formato: <sup>43</sup>

#### POR CADA TEMA

- CANDIDATO A EXPONE 2 MINUTOS
  - CANDIDATO B ----→ PREGUNTA 1 MINUTO --→ CANDIDATO A
  - CANDIDATO A RESPONDE 1 MINUTO
  - CANDIDATO B ----→ REPREGUNTA 1 MINUTO --→ CANDIDATO A
  - CANDIDATO A CIERRA 1 MINUTO
- 
- CANDIDATO B EXPONE 2 MINUTOS
  - CANDIDATO A ----→ PREGUNTA 1 MINUTO --→ CANDIDATO B

---

<sup>43</sup> Documento interno de Argentina Debate. Las mayúsculas son del original

- CANDIDATO B RESPONDE 1 MINUTO
- CANDIDATO A ----→ REPREGUNTA 1 MINUTO --→ CANDIDATO B
- CANDIDATO B CIERRA 1 MINUTO

**CIERRE DE DEBATE 1 MINUTO**

**TEMAS**

- DESARROLLO ECONÓMICO Y HUMANO
- EDUCACIÓN E INFANCIA
- SEGURIDAD Y DERECHOS HUMANOS
- FORTALECIMIENTO DEMOCRÁTICO

**Paralelamente también se acordaron otras condiciones más allá de los tiempos del debate:**

**“TIPS ORGANIZACIÓN”<sup>44</sup>**

- Scioli estará a la izquierda de la pantalla; Macri a la derecha.
- Abre Macri, cierra Scioli (por sorteo el 4 de noviembre).
- Público: 500 personas cuidadosamente invitados por los candidatos y “Argentina Debate”.
- Cada uno puede invitar a 35 asesores o acompañantes, y tres personas de seguridad.
- No se enfoca al público.
- Silencio durante las exposiciones
- Moderadores. Rodolfo Barili; Marcelo Bonelli y Luis Novaresio.

---

<sup>44</sup> Documento interno de Argentina Debate.



- Los candidatos no podrán llevar objetos, documentos, apuntes.
- Duración: 1 hora 15 minutos (con dos cortes comerciales de 6´)
- Habrá tres espacios para periodistas: el salón (principal), una sala de periodistas y “Pasos Perdidos” un lugar para que los periodistas hablen con los asesores.
- Micrófonos de candidatos sólo abiertos durante la exposición.

Fue transmitido en vivo por todos los canales de aire y los principales canales de cable, con picos de 53 puntos de rating (5,3 millones de TVs) sumando todas las señales (*"El rating del debate presidencial ..."*, 15/11/15. *Infobae.com*).

¿Cuáles fueron las consecuencias directas de aquel debate? En principio, los protagonistas coinciden en que no modificó la tendencia electoral.

“Los protagonistas son los candidatos. Lo que queda es una imagen, que es el beso y el ‘¿qué te pasó Daniel?’ (de Macri)<sup>45</sup>. Gana el que logra generar una lectura posterior”, asegura el entrevistado “asesor múltiple”, que en aquella campaña trabajó para Cambiemos aunque no participó directamente del debate presidencial.

Coincide el encuestador entrevistado para esta tesis:

“Lo importante era lograr graficar alguna dicotomía. Por ejemplo, ¿de qué se acuerda uno del debate presidencial? El ‘*en qué te convertiste Daniel*’ y el beso de Macri y Awada. Eso mostró la dicotomía (...)”

Y si no hay interés real en el debate, nadie podría perder elección por dejar de ir a un debate. Algunos plantean que Scioli perdió por no ir. Yo creo que no (...)

---

<sup>45</sup> El textual del debate es “Daniel, ¿en qué te han transformado?”, mediante el cual Macri intentaba igualar a Scioli al kirchnerismo.

No hay un interés genuino en los debates de idea. Como tampoco nadie lee los programas de gobierno. Si uno los leyera vería que la mayoría de los partidos hacen copypaste.”

La escena del beso fue una de las más comentadas<sup>46</sup>. El asesor de Scioli analiza lo que pasó:

“Hubo mucha cordialidad. El saludo final de las mujeres estaba pautado. Entraban las dos mujeres, saludaban a sus maridos. Esa foto de la que hablaron todos, los dos lo sabía que lo tenían que hacer. Y por algún motivo no la hicieron. Esto se hace en todos los debates del mundo. El que planteó esto fue Martín Kweiler (productor televisivo a cargo de Endemol) que es el que tenía a su cargo la parte del show”.

El organizador de “Argentina Debate” opina que el debate “tuvo impacto en la agenda setting. Macri lo aprovecha. Scioli podría haberlo usado como una forma de mostrarse con iniciativa propia pero lo desaprovechó”.

Aunque como se plantea desde el inicio de este trabajo, la Argentina siguió sin poder materializar un debate electoral en primera vuelta con todos los candidatos; el frente a frente entre Macri y Scioli de cara al balotaje abrió la puerta a una nueva institucionalización de futuros debates, con el aditivo de que a partir de 2016 el debate presidencial fue regulado por ley.<sup>47</sup>

Pero más allá de los hechos históricos, ¿cuál fue el factor principal por el que no se concretaron los debates presidenciales en primera vuelta hasta ahora?

---

<sup>46</sup> Al finalizar el debate, subieron al escenario las mujeres de los candidatos. Macri y su mujer se dieron un apasionado beso mientras que el de Scioli se vio más frío y distante.

<sup>47</sup> Ley 27.337 de debate presidencial obligatorio

## **7. ¿Qué factores podrían haber hecho caer los debates?**

Siguiendo el paper de Racine Group (2002) sobre los problemas, factores o cuestiones en torno a la organización de un debate, es posible cuestionarse acerca de las variables que se toman en cuenta a la hora de negociar y eventualmente decidir la participación o no por parte de los candidatos.

Si bien el objeto de esta tesis son los debates presidenciales, no es posible abstraerse de cómo se negociaron históricamente en la Argentina en otras categorías. Los debates no se producen en un vacío sino que existe una tradición política sobre la que se estructuran.

### **7.1 La cuestión del organizador**

La mayoría de los debates electorales en la Argentina (o los intentos de realizarlos) fueron los del programa “A Dos Voces” de la señal de cable Todo Noticias, perteneciente al Grupo Clarín. ¿Por qué se dio esto?

“Todos los que yo participé fueron en el marco de “A Dos Voces”. Negocié uno en A24. Pero siempre acepté hacerlo ahí porque creí que es el lugar donde se hacen, en que la producción sabe cómo resolver el tema y la complejidad que tiene el asunto”, plantea el asesor entrevistado que asesoró a candidatos de distintos espacios, que utiliza el ejemplo planteado anteriormente de que “es un delirio” intentar organizar un evento de este tipo 15 días antes de una elección.

“Para que entiendas, la agenda de medios de un candidato se planifica dos meses antes. Se empieza planificando la última semana, vos elegís cuáles son los diarios, radios, TV de más audiencia o los que tienen la audiencia a la que te interesa llegar. A partir de eso, planificás de atrás para adelante.

No hubo en general otras propuestas serias. Un debate tiene un nivel de complejidad alto. Y no lo puede conducir cualquiera”, opina el asesor

La legitimidad de este organizador no fue puesta en duda hasta 2011, cuando estaba bien instalada la disputa entre el Grupo Clarín y el gobierno kirchnerista. En aquella oportunidad el candidato Daniel Filmus planteó sus discrepancias con que el organizador sea un canal de televisión privado –al que acusaba de parcial- y pidió que se hiciera por señal abierta, cosa que el Grupo Clarín aceptó. Pese a eso el debate no se concretó ("*Filmus pegó el faltazo*", (27/10/11). TN.com.ar).

En 2017 Cristina Kirchner hizo un planteo similar al respecto, y pidió que el debate a senadores nacionales por la provincia de Buenos Aires se hiciera en una universidad pública. “No creo que empresas privadas tengan que estar organizando debates públicos", había dicho. Aquel tampoco se concretó. ("*Cristina acepta debate con candidatos si lo organiza...*", 19/9/17. Ambito.com)

“Argentina Debate” en 2015 planteó que el debate debía ser un “bien público”. Por lo tanto, proponía que fuera en una facultad pública y con señal abierta para quien la quisiera tomar, como finalmente se hizo. Detalla el organizador de “Argentina Debate” entrevistado para este trabajo:

“Siempre nos acercábamos con el concepto de bien público, que es un bien por el que trabajamos todos y que pueden disfrutar todos. Teníamos como ejemplo el modelo norteamericano donde la señal era abierta, pero con el modelo chileno en el que participan todos los candidatos”.

¿Pudo haber sido la cuestión del organizador un limitante para la concreción de los debates presidenciales en primera vuelta? Discursivamente solo el kirchnerismo lo planteó como un problema en los años mencionados. Salvo esas manifestaciones públicas, ninguno de los entrevistados para esta tesis lo mencionó como un problema.

En los debates de Capital de los años 2013 y 2015 (diputados y jefe de Gobierno porteño, respectivamente), los candidatos del kirchnerismo plantearon la necesidad de hacer más contiendas, aunque esto no fue una condición necesaria para participar del de TN.

La organización de “Argentina Debate” también recibió críticas, que sin embargo tampoco fueron una traba a la hora de decidir participar.

El asesor de Massa sostiene: “Por eso en el presidencial no tenía margen para imponer nada. En el marco de la ONG era todo multitudinario, con mucha gente. Al final fui dos veces y después mandé a gente de mi equipo o de las consultoras que nos asesoraban. Todo estaba muy abierto a debate, mucho menjunje”, dice. Y agrega: “A nosotros nos convenía el otro debate<sup>48</sup> porque eran solo tres y ganábamos minutos y con mayor tiempo de exposición y cruces. Y la gente lee: ‘estos tres pueden ser presidentes’”.

Durante la organización de aquel evento y posteriormente surgieron desde sectores kirchneristas críticas a “Argentina Debate”, por considerar que buena parte de los

---

<sup>48</sup> Refiere al de TN

organizadores fueron aportantes a la campaña de Macri o posteriormente fueron funcionarios de Cambiemos ("*El vínculo entre Cambiemos y la ONG...*", 22/04/18. ElDestape.com).

**No obstante, la cuestión de los organizadores no fue planteada como objeción por parte del equipo de campaña de Scioli ni en la previa del debate ni en la entrevista realizada para este trabajo.** Tampoco lo fue en los otros casos de debates presidenciales mencionados.

## **7.2 La cuestión del formato.**

Explica el productor de TN:

“El formato del debate propuesto siempre es el tradicional de ‘A Dos Voces’: tiempos fijos para exponer sin interrupciones por cada candidato y tiempo de debate libre. Siempre con tres o cuatro temas dependiendo de la extensión. En algunas ocasiones este formato tuvo que ser flexibilizado por pedido de los candidatos. (...)

O por otras condiciones externas. Por ejemplo, en los debates que participó Michetti se cambió la disposición para que todos pudieran estar sentados (...)

Para el programa siempre aparece como fundamental la posibilidad de que haya cruces entre los candidatos e intentar que sea con los candidatos más expectantes (...)

También se plantearon otras modalidades como las preguntas y respuestas entre candidatos o los tiempos fijos de exposición sin cruces, como en el caso de la elección vicepresidente 2003”, aclara el productor.

¿Qué suelen pedir los asesores de campaña respecto al formato?

“Tiene que ser siempre en beneficio de tu candidato. Se puede decidir que sea parado o sentado. Todo depende. Pero vos siempre defendés a tu candidato. Si tu candidata es Michetti vos no podés aceptar un debate parados en que ella quede sentada. Y después tenés que estar dispuesto a ceder lo que no te importa”, relata el asesor de Macri.

“En la negociación pesa la fuerza, la inteligencia y quién es el candidato. Todos somos democráticos, pero en una negociación no tiene la misma fuerza Scioli que del Caño. En la negociación siempre hay un condicionamiento que es que si no voy no hay debate. El problema es si no tenés nada para ganar y mucho para perder. En nuestro caso, nosotros nunca dijimos de no debatir”, agrega el asesor de Macri.

El entrevistado “asesor de múltiples candidatos” cuenta cómo se decidieron los formatos en los que él tuvo que participar: “Siempre aceptamos el planteo que los productores de ‘A Dos Voces’ hacían que en general era siempre el mismo: tres bloques temáticos, apertura, ocho minutos de debate por tema con una apertura inicial por tema, y cierre”.

“El tiempo de debate libre es fundamental. Lo que pasó en el presidencial es que sacaron un producto académico. Lo mismo que cuando se hizo el debate a jefe de Gobierno entre Macri e Ibarra en canal 7<sup>49</sup>. Era una muestra para que nadie estudiara comunicación”, dice.

---

<sup>49</sup> Se refiere al debate a jefe de Gobierno entre Macri e Ibarra de 2003, conducido por el académico Damián Loretti.

Desde “Argentina Debate” replican: “Los tres candidatos principales querían reglas lo más rígidas posibles. Ellos sabían que nosotros queríamos que el debate ocurriera, entonces los candidatos más fuertes nos negociaban con la amenaza de ruptura. Cuanto más fuerte sos, más rigidez querés y menos dinamismo”.

La idea de que la negociación se hace en beneficio del candidato propio está presente en todas las entrevistas realizadas. Con excepción de los asesores de Scioli que aceptaron casi todas las condiciones planteadas, por el hecho de no haber participado en el primer debate.

Por ejemplo, el asesor de Massa siempre busca negociar algunos puntos: “A nuestro candidato le conviene hablar largo porque no tiene gran poder de síntesis. Los consultores de mi equipo estaban muy pendientes de la posición de los atriles e intentaban que nuestro candidato quedara en un lugar central. Al final siempre se termina sorteando”.

**En ninguna de las entrevistas realizadas se plantea la posibilidad que el formato haya sido una variable clave a la hora de rechazar la participación en un debate, sino que fue un elemento más en la mesa de negociación.**

### **7.3 El factor de las negociaciones**

El productor de TN detalla cómo se encara la organización y las negociaciones:

“A principio del año electoral se organizaban encuentros informales con los equipos de campaña de las fuerzas más relevantes para tantear la voluntad o no de encarar el debate y en qué condiciones. Esto sirve para tener una idea del terreno del juego en el que se discutirán las eventuales condiciones de ese



debate. En general en esta instancia nadie dice que no estaría dispuesto a debatir. Los condicionamientos aparecen más adelante. En esos primeros encuentros informales los equipos pueden plantear algún tipo de condicionamiento que se tiene en cuenta a la hora de preparar las reuniones posteriores”.

El asesor de Macri cuenta cómo se viven esas cuestiones desde la óptica del político: “Es un ajedrez constante con la producción y con los otros candidatos también. Se trata de plantarse en lo que para vos es fundamental y ceder en lo que no te importa”.

En 2015, cuando Scioli tuvo que sentarse nuevamente en la mesa de negociación tras su mala performance en la primera vuelta, casi no tuvo margen de negociación. “Argentina Debate” dice que por respeto a los que estuvieron en el debate anterior la idea era mantener el formato. Nosotros no tuvimos inconveniente. Ya estaba muy regulado”, narra su asesor.

“A veces conviene hacer un debate de uno y a veces de cinco. **Obviamente eso se puede negociar en función del lugar que tu candidato ocupa en las encuestas previas.**”, opina el asesor múltiple.

Dice el productor de TN:

“Cada uno tiene cosas en las que puede ceder y cosas en las que no. Para nosotros como producción es muy importante el tiempo libre de debate. Aun así, en ocasiones tuvimos que ceder ese requisito por pedido de los espacios o por cuestiones técnicas: es imposible en un debate entre seis que todos hablen a la vez. (...)”

“Los contactos personales del equipo de producción o los propios conductores para ayudar a bajar ciertas conflictividades también son una herramienta válida.

De todos modos, es mejor que las diferencias se resuelvan en reuniones grupales.

(...)

Estas negociaciones, como en toda negociación política, suelen ser tensas. Y hasta que el debate no sale al aire nadie está 100% seguro de que se vaya a realizar”.

“Cuando hay convicción de debatir es lo mismo todo. Se resuelven puertas adentro o puertas afuera. Si no hay voluntad se hacen estrategias para que se caiga. Podés tener un aliado como nos pasó en 2013”, dice el asesor massista.

Ese episodio no refiere a la categoría presidencial pero sirve como caso testigo para demostrar cómo cuestiones menores pueden empantanar un debate cuando en definitiva lo que falta es la voluntad política para realizarlo.

Se refiere a las elecciones 2013 para la provincia de Buenos Aires. En aquella oportunidad, Sergio Massa acababa de romper con el kirchnerismo<sup>50</sup> y decidió presentarse como candidato a diputado por fuera del Frente para la Victoria. En las PASO había ganado y la mayoría de las encuestas indicaban que ampliaría su diferencia en las generales respecto al que había salido segundo, el kirchnerista Martín Insaurralde.

En ese escenario la producción de “A Dos Voces” intentó hacer el debate de candidatos a diputados nacionales por la provincia de Buenos Aires. Se hicieron varias reuniones de las que participaron representantes de todos los postulantes. La producción del programa hizo varias propuestas, pero no hubo acuerdo entre los dos competidores principales.

---

<sup>50</sup> Hasta ese momento, era intendente de Tigre, municipio de la Provincia de Buenos Aires. Había sido Jefe de Gabinete de Cristina Kirchner en 2008.

Según se informó a la prensa en aquel momento, las negociaciones quedaron trabadas porque Massa quería hacer un esquema de debate más rígido (con exposiciones sin interrupciones) mientras que Insaurralde planteaba como obligatoria la necesidad de cruces entre los candidatos ("Los 360 segundos que impiden el debate entre Sergio Massa y Martín Insaurralde", 30/09/13. Perfil.com).

Sin embargo, más allá de esas diferencias formales, existió otro subtexto que no trascendió a los medios.

Vale la transcripción completa del testimonio de este asesor de Massa:

“El de 2013 fracasó porque la conducción política del espacio de Massa y la jefa política de Insaurralde que era Cristina Kirchner no les convenía. Las encuestas serias que existían daban un empate técnico entre los dos<sup>51</sup>. Uno les daba dos puntos arriba a uno; y el otro dos puntos arriba al otro. Yo me juntaba con el consultor del espacio de ellos, mirábamos las encuestas y estábamos a la par. ¿Para qué nos íbamos a arriesgar si estábamos cabeza a cabeza a que uno saque una distancia?

Entonces nos juntábamos con la organización del debate (en ese caso con la producción del programa “A Dos Voces”) y hacíamos la pantomima. Nos juntábamos un rato antes y hablábamos de si valía la pena hacerlo. Entonces el acuerdo fue de decir que sí y después que no.

El canal también hablaba desde sus equipos de relaciones institucionales. Querían que el debate se hiciera e intentaban convencernos.

---

<sup>51</sup> Nota de autor: el empate técnico al que hace referencia era previo a las PASO que fue cuando comenzaron las negociaciones.

Los equipos técnicos queríamos hacerlo, pero la política no quería<sup>52</sup>. ‘Mirá si por un capricho los tipos nos sacan ventaja’ (Les decían). Entonces se empieza con distintas estrategias: cambios de reglas, mandar a la reunión a alguien de baja representatividad...

Eso es cuando vas arriba en las encuestas. En otra oportunidad, cuando nos tocó ir abajo, necesitás debatir con quien sea”.

El productor de TN ofrece la otra campana: “Massa encabezaba las encuestas y puso sus condiciones. Insaurralde, el candidato kirchnerista, iba segundo e hizo una contrapropuesta. Siempre creímos que fue por la negativa de Cristina a que fuera a ese debate. **De todos modos Massa, sabiéndose primero, tampoco aceptó aquella contrapropuesta**”. Así se enterró aquella iniciativa. “La cultura de que el que va primero no debate está instalada en la política argentina”, concluye el productor.

De acuerdo a los testimonios recogidos, se induce que cuando las negociaciones fracasan es por la falta de voluntad política de asistir. Luego se buscan los argumentos para no ir. “El mayor problema es cuando los interlocutores no son válidos. Si eso pasa, el debate está condenado a fracasar”, sintetiza el asesor de Massa.

“Organizar un debate implica un gran esfuerzo y una fuerte búsqueda de consensos para que todos se queden contentos. El debate ideal no existe. A todos nos gustaría más cruces entre los candidatos o que se abarquen más temas. Lo importante es poder dar un marco para que todos se sientan contenidos”, opina el productor de TN, insistiendo en la sucesiva flexibilidad por parte de los organizadores.

---

<sup>52</sup> Nota de autor: se refiere a los asesores políticos del candidato en contraposición a los equipos de comunicación

Como se relataba en el apartado sobre los debates porteños, el asesor múltiple también reconoció que suelen existir acuerdos con los otros equipos de campaña. Es decir, ratifica que las negociaciones no quedan solo en los encuentros formales con los organizadores.

**De acuerdo a las entrevistas realizadas, en las negociaciones solo se cristaliza la decisión política previamente tomada de asistir o no asistir. Según el grado de representatividad del interlocutor de esos encuentros, el debate tendrá mayores chances de realizarse. Cuando el asesor al que se envía tiene baja representatividad respecto a su candidato tendrá menos chances de realizarse. Los condicionamientos planteados, en la mayoría de los casos, tienen que ver con la decisión política de hacerlo fracasar.**

#### **7.4 La cuestión de los temas**

“Respecto a los temas yo me encargaba de que estuvieran los dos caballitos de batalla de él: seguridad y jubilación. Después de eso, **si vas perdiendo tenés que aceptar que se discuta hasta del partido River-San Lorenzo**”, dice el asesor de Massa.

“Como asesor siempre traté de poner sobre la mesa los temas que saquen las fortalezas de mis candidatos y acotar la participación de los competidores en función de la coyuntura”, reconoce el asesor múltiple.

El encuestador entrevistado (que trabajó en debates subnacionales y de otros países) también explicita que los temas se resuelven fácilmente: “El organizador hace un listado de temas posibles. Nosotros pedimos alguno más. Después se negocian los tiempos”.

El productor de TN cuenta cómo fue en el caso de los debates de “A Dos Voces”: “Las temáticas se seleccionaron siempre a partir de una primera propuesta de la producción y luego se aceptan los pedidos de los espacios políticos de incluir otros temas o cambiar el título a alguno de ellos. Los temas, en general, son suficientemente amplios como para que cada candidato pueda hablar de las áreas en las que se siente más cómodo”.

Esta situación también se vivió en “Argentina Debate” respecto a los temas negociados entre la organización y los candidatos. “(...) A ellos (los candidatos) tampoco les importaba tanto porque sabían que luego iban a hablar de lo que quisieran en sus minutos”, opina el coordinador.

**Existe una coincidencia entre los informantes clave en que las temáticas propuestas para un eventual debate no fueron nunca una traba para su concreción.**

### **7.5 La cuestión de los participantes**

Tanto a nivel nacional como subnacional la cantidad de participantes en un debate siempre es un cuestionamiento, especialmente porque muchas veces pueden quedarse afuera algunos candidatos que reclaman participación.

Dice el productor de TN: “En el caso puntual de “A Dos Voces” siempre se priorizó un criterio periodístico de selección de los candidatos, de modo de favorecer el espectáculo televisivo y poder darle voz a los que realmente tienen chances de ganar la elección”. Según narra, los criterios fueron variando en función de las particularidades de cada elección.

El encuestador y consultor entrevistado sostiene que los adversarios del debate también se eligen políticamente. Así lo hizo cuando a él le tocó asesorar previo a algún debate:

“Lo que hicimos fue ser pillos en las negociaciones. Impulsamos que no haya otros candidatos reforzando la idea de la contradicción y la dicotomía entre nuestro candidato y el que iba segundo en las encuestas. Nuestro candidato era el oficialista y creíamos que tenía margen para crecer”.

**La cantidad de participantes no fue un problema** que trabara ninguno de los debates que se realizaron (o no). **Si se trabaron cuando el que iba primero en las encuestas (o en algún caso el segundo) anunciaba que no iría al debate. A partir de esa negativa, suele caerse el resto de los candidatos, excepción que no se cumplió en 2015 en la primera vuelta de “Argentina Debate”.**

**“En todos estos casos (si el primero no iba), luego se producía un efecto cascada. Al negarse el primero, el que va segundo no quiere debatir con los que van terceros y así sucesivamente”, sintetiza el productor de TN.**

#### **7.6. La cuestión del contexto**

En este caso el contexto resulta determinante. En primer lugar vale aclarar que cuando un presidente fue por su reelección no hubo avances sustanciales en la organización de los debates televisados. Pasó en 1995 (con la reelección de Menem), en 2007 (cuando Cristina Kirchner fue candidata a suceder a su marido, pese a que no era una reelección formal) y en 2011 (cuando Cristina Kirchner fue por su segundo mandato). En todos los casos el oficialismo en ejercicio se negó de inmediato.

En cambio sí hubo avances, de acuerdo a los testimonios obtenidos y la información periodística, en 1983, 1989, 1999, 2003 (en instancia de primera vuelta y balotaje) y

2015 (en instancia de primera vuelta y balotaje, y solo el segundo fue posible con ambos candidatos).

En la estrategia de los principales candidatos parece estar la clave de por qué se frustran los debates en la Argentina.

Clara Mariño, que intentó organizar los primeros debates en el programa Tiempo Nuevo opina: “El que va primero no quiere debatir (...) Pero el que va primero arriesga todo. Es así. Es pura lógica (...) Si vos llevas ocho puntos, ¿para qué vas a debatir, si podés perderlos?”.

Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no? “Sin dudas. Y podemos poner algunos ejemplos de esto”, opina el productor de “A Dos Voces” que cita los casos de Menem y de Scioli que se negaban a debatir hasta que en segunda vuelta quedaron en desventaja en las encuestas.

El asesor de Scioli también cree que la clave es la estrategia del candidato: “Si la inercia en el escenario electoral nos favorecía o no. Los candidatos creen que los debates pueden cambiar abruptamente el sentido de la elección. Si van arriba creen que puede aparecer algún golpe de efecto que cambie el humor social. Yo no creo que el debate cambie nada. Es un escenario más. La gente ve los debates con un prejuicio y con preferencias previas. Terminan sintiendo que el que ganó la discusión es el que ya habían elegido. Y justamente pasó eso”. Y agrega:

“La falta de profesionalismo en los equipos de comunicación política. Los candidatos tienen muchos prejuicios respecto de los profesionales de la comunicación. Y el PJ es particularmente reacio a usarlo. No conozco un consultor político que diga que no



hay que ir. Son los candidatos los que no quieren (...)Macri rompió con esto en el balotaje. Y demostró que no hubo costo político para él. Leyó que no había riesgo y que el contenido del debate es irrelevante”..

El asesor de Massa contesta: “La posición en las encuestas. Si vos vas perdiendo tenés que aceptar cualquier condición. Si vas ganando, la postura de los políticos suele ser que si ganás no debatís. Los que estamos del lado de la comunicación, si vemos que nuestro candidato es bueno y que hay chance de ganar estamos dispuestos a hacerlo porque, además, podés ampliar la diferencia. Hay que ver qué postura prevalece. En general la política le gana a la comunicación”.

Y agrega en coincidencia con el asesor de Scioli:

“La dificultad siempre es la política. Que vos tenés en la mesa de negociación interna a mucha gente con mucha experiencia. En la mayoría de los equipos de campaña tenés exgobernadores, exministros, expresidentes de cámaras de diputados... que te empiezan a contar anécdotas de la elección de 1983 y te tiran sus pergaminos. A esos es difícil decirles que no, cuando está instalada esa cultura de que el que está arriba en las encuestas no debate. De nuevo, en el espacio del PRO no tenés esos perfiles en la mesa de negociación”.

El coordinador de “Argentina Debate” también enfatiza sobre las variables de contexto, incluyendo la posición en las encuestas:

“A diferencia de otras elecciones, nadie tenía garantizado el triunfo en primera vuelta o que no hubiera balotaje. En otras elecciones el que iba primero no arriesgaba: no había incentivos electorales para participar y el clima de época todavía no lo pedía. En este caso el clima de época existía: había una demanda

de aflojar los antagonismos, la gente lo pedía y nosotros teníamos encuestas que lo demostraban. En ese sentido había que ser parte de la foto. Y Scioli no vio la importancia de la foto”.

De acuerdo a los testimonios recogidos, y siguiendo las categorías del Racine Group, la cuestión del contexto es la variable más importante a la hora de entender por qué no hubo debates presidenciales en la Argentina en primera vuelta con la presencia de todos los candidatos más expectantes.

Según el encuestador entrevistado, “el sistema político se rehúsa a generar acuerdos, por fuera de las reglas electorales básicas. Hasta ahora el que gana se vuelve conservador y la sociedad no lo cuestionaba”.

En el caso de reelecciones no se pudo avanzar más allá de alguna invitación formal. En el resto influyeron, según los entrevistados, en distinto grado la posición en las encuestas; la estrategia de los candidatos fuertemente definida por el “ala política” de los asesores; la falta de cultura en debates políticos; y la ausencia de reclamo al respecto por parte de la ciudadanía..

### **10.7 Las encuestas**

Dado que la hipótesis principal de este trabajo es que la posición en las encuestas determina la participación o no de los candidatos en un debate presidencial se le preguntó a todos los informantes clave:

**Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

Esto respondieron: (En algunos casos se repite cita respecto a otros fragmentos de este trabajo pero se considera importante reiterarlo)

**Organizador de “Argentina Debate”:** “Había dos variables para definir la participación o no en el debate (Nota del investigador: el entrevistado refiere a los incentivos electorales o la ventaja en las encuestas; y el reclamo de cambio cultural de la sociedad a la que hacía referencia en la pregunta anterior). Scioli solo se enfocó en la diferencia en las encuestas y apostó a conservarlas”.

**Asesor de Daniel Scioli:** “El segundo si hubiera aparecido como favorito claro en las encuestas no hubiera ido. Y el primero hubiera querido asistir. Pero fue un error. No es un riesgo para nadie ir a un debate. Con un político bien preparado que sabe que como zafar frente a cualquier pregunta, no existe ninguna pregunta que pueda incomodar al aire”.

**Asesor de Macri:** “En el caso de Macri él tiene la convicción de que debatir es importante y la seguridad en sí mismo”.

**Asesor de Massa:** “Sí. Hubiera sido diferente. Pero la realidad es que se define con los números de las encuestas en la mano. Macri es un tipo diferente. La fórmula que le resultó fue ser diferente. En la discusión de si ir o no al debate (del que se ausentó Scioli) Macri eligió a su equipo de comunicación”.

**Encuestador:** “Hay una idea conservadora de que si estás arriba en las encuestas no tenés que dar el debate por miedo a que algún error te haga perder la elección”.

En este caso agrega:

“Yo no recuerdo de nadie que perdiendo una elección no quiera ir a debatir porque tenés que arriesgar en todos los escenarios. En un debate grande hay muchas cámaras, arriesgás mucho. Más en un país en que no estamos acostumbrados a entrevistas a fondo e incisivas, con muy poca repregunta. Macri no va a C5N, Cristina no va a TN. No hay dinámica de entrevistas picantes. No hay estrés periodístico.

En un debate estás más expuesto, porque tenés enfrente a alguien a quien no le interesa quedar bien con vos. No hay control sobre cómo puede salir. Por eso son clave los detalles en la negociación”.

**Asesor de múltiples candidatos:** “Las encuestas determinan. Los K participaron solo cuando perdían. Por ejemplo, Bielsa o Filmus. En provincia nunca debatieron. Scioli en segunda vuelta fue solo cuando estaba jugado. La única que debate siempre es Carrió que incluso en las últimas elecciones con encuestas de 50 puntos aceptó debatir”.

**Clara Mariño** (Sobre el caso particular de los debates en que ella participó): “No había una tradición de debate. No se consideraban necesarios (...) Angeloz era hábil hablando y Menem no tanto en ese momento. **Habrá evaluado las posibilidades**”.

En otro tramo de la entrevista (cuando relataba el intento fallido de Menem vs. Angeloz) explica: “**En esa época era, si yo estoy primero en las encuestas por qué me voy a arriesgar. Y como no hay tradición ni ley que te obligue a debatir, rige el no debate**”.

**Productor de “A Dos Voces”:** “Sin dudas. Y podemos poner algunos ejemplos de esto. Menem en 2003 no aceptaba debatir en primera vuelta. Cuando en la segunda vuelta

contra Kirchner parecía que perdía (finalmente se bajó) reclamó debatir (...)Scioli, encabezando las encuestas se negó a debatir tanto en TN como en “Argentina Debate” en 2015. Lo primero que hizo después de la primera vuelta, y al ver que las encuestas no lo favorecían, fue pedir nuevos debates”.

En síntesis, la posición en las encuestas aparece como el factor preponderante que, a juicio de los actores que participan en la negociación, se toma en cuenta a la hora de aceptar la participación o no.

Sin embargo, colateralmente, aparecen otras cuestiones como el peso de los equipos políticos en la decisión, la falta de tradición cultural respecto a los debates presidenciales, el desinterés de la ciudadanía que nunca castigó, a juzgar por los resultados, a aquellos que se negaron a debatir.

## **8. Conclusiones**

“Es el comienzo de una tradición que tiene mucho para mejorar. Es necesario estimular más profundidad en la discusión de políticas públicas, programar más debates en primera y en segunda vuelta en distintos puntos del país, ampliar y diversificar el rol y la composición de los moderadores. Es necesario, sin duda alguna, avanzar en la institucionalización” (Charosky 2015).

En 2015 hubo en la Argentina dos debates presidenciales, aunque el primero de ellos no contó con la presencia de todos los candidatos presidenciales: el que encabezaba las encuestas no fue. En segunda vuelta sí estuvieron ambos candidatos.

Antes de aquella experiencia, en el país no había podido tener debates presidenciales televisados, ni siquiera en ausencia de algunos candidatos. Los intentos realizados fracasaron siempre por la negativa de aquel que iba primero en las encuestas.

Alfonsín en 1983, Menem en 1989, De la Rúa en 1999, Menem en la primera vuelta de las elecciones 2003 y Kirchner en la segunda vuelta de 2003.

A su vez en los años en que hubo reelecciones (incluyendo el traspaso entre Néstor y Cristina Kirchner, vivido como una continuidad de hecho) no se logró avanzar en negociaciones.

Al inicio de este trabajo se planteó la hipótesis de que los intentos de generar debates presidenciales fracasaban porque “en la percepción de los candidatos y equipos de campaña que lideraban las encuestas los días previos a las elecciones, un mal desempeño en el debate podía hacerle perder la ventaja preexistente en aquellas encuestas” y que “dada la falta de cultura institucional sobre debates en la Argentina, sólo si los candidatos están en paridad tienden a aceptar”.

De acuerdo a lo relevado en experiencias internacionales, es usual que aquellos que están más y mejor posicionados en las encuestas sean los que impongan las condiciones. En ese sentido, Kraus (2000) explica sobre la negociación de los debates norteamericanos: “El candidato que va primero en las encuestas tiene poder de veto. El que va segundo pide más debates. El comité organizador intenta plantear las reglas del debate”.

En los casos de países donde ya está institucionalizada la idea del debate, las condiciones que plantean son siempre en el marco de lo que ya está instaurado; se plantean modificaciones básicas a las reglas ya establecidas.

Según Kraus (1999) el motivo principal para incluir los debates es que la gente los quiere. En el caso argentino, al no haber institucionalización ni una demanda contundente por parte de la ciudadanía, el candidato que va ganando condiciona su participación (con alguna excusa formal o sin ella) con lo cual obliga a bajarse a todo el resto de los candidatos.

La excepción se dio en 2015 cuando el que iba segundo (Macri) aceptó participar aun en ausencia de Scioli. La única condición que pidió, fue que estuviera el atril vacío; requisito que tuvo que ser aceptada por los organizadores para evitar que el debate se cancelara.

Los testimonios recogidos a lo largo de esta investigación ratifican que aquel que va ganando en las encuestas es el que impone esas condiciones. En este caso, con su ausencia, hace que el debate pierda sentido.

A partir del estudio de casos realizados y en base a la información suministrada por los informantes clave, es posible determinar que la hipótesis se corrobora parcialmente. De

los ocho informantes clave entrevistados, siete coincidieron en que aquel que encabeza las encuestas es el que declina la invitación a debatir. Solo el asesor de Mauricio Macri (quien siempre aceptó debatir) desconoció ese factor como origen de las diferencias.

Los siete aseguraron que si los resultados en las encuestas hubieran sido otros, hubiera cambiado el desenlace de las negociaciones en que participaron.

De los tres organizadores de debates entrevistados, los dos que participaron en la organización del último debate, coinciden en que la paridad en las encuestas entre Macri y Scioli en la campaña 2015 hizo posible avanzar en la organización de los debates de ese año, más allá de que dos de los intentos quedaran a mitad de camino (el de TN que no se hizo y el de “Argentina Debate” en primera vuelta con ausencia de Scioli).

Por otro lado, es llamativo que ninguno de los entrevistados cree que la negativa de participar en un debate (por ejemplo en el caso de Scioli) haya afectado la performance del candidato, lo cual reforzaría que, en la percepción de los actores, no existe costo político por negarse a participar.

A partir de las entrevistas también se descartan algunas otras variables como factores que impidieron la realización de los debates: ni el organizador, ni el formato, ni los temas a debatir fueron relevantes para los candidatos a la hora de decidir su participación o no. “Cuando hay convicción de debatir es lo mismo todo”, describe el asesor de Sergio Massa. Tampoco quedó planteado como un problema central la cantidad de participantes en los debates propuestos.

Todas las cuestiones formales (formato, temática, cantidad de participantes) quedaron en los casos estudiados relegados a un segundo plano por debajo de la decisión política



de participar o no, fundada—de acuerdo a las entrevistas- en la posición en las encuestas o en las PASO.

No obstante ello, también se detectaron a lo largo del proceso de investigación otras variables que influyeron en conjunto para que no se pudiera hacer un debate electoral televisado en primera vuelta con todos los candidatos.

- La falta de cultura respecto a los debates en la Argentina.
- La percepción de una ausencia de demanda real por parte de la ciudadanía.

El encuestador entrevistado para esta tesis opina al respecto: “Hay otro mito que es que la gente quiere los debates. La gente siempre va a decir que quiere debate. Pero después no los mira nadie. Por ejemplo, cuando preguntamos por el aborto, el 70% quería que se discutiera. Siempre que uno encueste le van a decir que quiere debate. Y si no hay interés real en el debate, nadie podría perder elección por dejar de ir a un debate”.

- La percepción por parte de los equipos políticos de los candidatos de que un error en el debate puede hacer perder esa ventaja en las encuestas. Esto en contraposición a los equipos de comunicación, más abiertos a la realización de los mismos.
- La falta de acuerdos por parte de los actores del sistema. Vale otra cita del encuestador. “El sistema político se rehúsa a generar acuerdos por fuera de las reglas electorales básicas. Hasta ahora, el que gana se volvía conservador y la sociedad no lo reclamaba. La ciudadanía no lo cree necesario y es resistido por el sistema político”.

El asesor entrevistado plantea: “No hay reclamo en la sociedad, los debates tienen bajo rating... los políticos hacen lo que la sociedad pide. No se ven tanto, nadie decide su voto por el debate. Y la sociedad tampoco castigó al kirchnerismo por eso”.

En 2015 finalmente se dio un paso importante. Se plantó la semilla fundamental para que en las próximas elecciones repetirlo sea posible también en primera vuelta y con la participación de todos.

Paralelamente, el Congreso sancionó la Ley N°27.337 que establece la obligatoriedad del debate presidencial. Aunque dada la rigidez de la norma, es posible se dificulte organizar un debate atractivo desde el punto de vista televisivo. Pero al menos se obliga por ley a generar una instancia de diálogo entre las partes.

Queda abierta la pregunta sobre si, con esta base generada en 2015 más la obligatoriedad por ley de debatir, será posible saltar aquel obstáculo que parecía haberse consolidado en la política argentina por distintos factores: aquel axioma que dice que “el que gana no debate”.

## **9. Bibliografía**

### **Bibliografía**

- Alaniz, R., & Portantiero, J. (2000). *La década menemista*. Santa Fé: Univ. Nal. del Litoral.
- Auer, J. J. (1962). The counterfeit debates. en S. Kraus (Ed.), *The great debates: Background, perspective, Effects*. Bloomington: Indiana University Press.
- Auer, J. J. (1981). Great myths about the great debates. *Speaker and Gavel*.
- Aurelio, J. (2007). Resumen informativo sobre elecciones Ciudad de Buenos Aires (Encuestas elecciones 2007)
- Bitzer, L., & Rueter, T. (1980). *Carter vs Ford: The counterfeit debates of 1976*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Canel, M. (2018). *Debatir para ganar: una elección inminente*. Nueva Revista.
- Castells, M. (1998). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Vol. 2.
- Cappella, J., & Jamieson, K. (1997). *The spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford
- Charosky, H. (2015). El camino a los debates presidenciales. En *Revista Pensar Derecho*, N°7
- Coleman, S. (1999). *Televised Election Debates: International Perspectives*. Londres: Palgrave MacMillan.
- Cotzen, T. & Manterola C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*. Int. J. Morphol.
- Creswell, J. (1999). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. Londres: Sage.
- Dahl, R. (1989). *La democracia y sus críticos* (4th ed.). Buenos Aires: Paidós.
- Davis, D. (1987). *Television and political debates*. Critical Studies In Mass Communication .
- Di Mauro, J. (2003). *Qué se vayan todos?*. Buenos Aires: Corregidor.

- Druckman, J. (2003). *The Power of Television Images: The First Kennedy-Nixon Debate Revisited*. (Vol. 65). The Journal of Politics.
- Elster, J. (1991). *Tuercas y tornillos. Una introducción a los conceptos básicos de las ciencias sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Esper, S. (2010). *El papel de la AFIP en la construcción de una subjetividad orientada al cumplimiento: La percepción de los operadores clave de la administración tributaria (1997-2008)*. (Tesis de Maestría). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- (2010). "Guía de estilo para la presentación de informes de investigación". Cuadernos de Polipub.org.
- Farías, L. y Montero, M. (Marzo, 2005). "De la transcripción y otros aspectos artesanales de la investigación cualitativa". *International Journal of Qualitative Methods*, Recuperado de:  
[http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/4\\_1/html/fariasmontero.htm](http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/4_1/html/fariasmontero.htm)
- Federal Election Commission (2005) *Election Results for the U.S. President, the U.S. Senate and the U.S. House of Representative*. Washington. Extraído de  
<https://transition.fec.gov/pubrec/fe2004/federalelections2004.pdf>
- Habermas, J. (2011). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Galtung, J. (1966). *Teoría y métodos de la investigación social*. Buenos Aires: Eudeba.
- (1995). *Investigaciones teóricas: sociedad y culturas contemporáneas*. Madrid: Tecnos.
- Gomez, L. (2015). *Minería y participación pública*. Buenos Aires. Universidad de Buenos Aires.
- Guba, E., y Lincoln, Y. (1989). *Fourth generation evaluation*.
- Jaitman L. (2012) *The Causal Effect of Compulsory Voting Laws on Turnout: Does Skill Matter?* Londres: Department of Economics, University College.
- Jalín, S. (2003) *The Democratic Role of the Press: A study on Argentine journalists' views on their responsibilities towards democracy*, MSc Dissertation, London School Of Economics and political Science (No publicada).
- Joslyn, R. A. (1990). Election campaigns as occasions for civic education. In D. L. Swanson & D. Nimmo (Eds.), *New directions in political communication*. Newbury Park, CA: Sage.

- Kaid, L. (2010). *Handbook of political communication research*. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis.
- Kornblit, A. (coord). (2007). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales*. Buenos Aires.
- Kraus, S. (2000). *Televised Presidential Debates and Public Policy*. Routledge Communication Series.
- Lang, G., & Lang, K. (1984). *Politics and television re-viewed*. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications.
- Ley de Debate Presidencial Obligatorio N° 27.337 (2016).
- Manin, B. (1993): *Metamorfosis de la representación*, en Mario do Santos (coord.) *¿Qué queda de la representación política?* – Clacso Nueva sociedad.
- Manin, B. (1997). *The principles of representative government*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. I. (2007). *El diseño de la investigación*. En *Metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Emecé.
- Middleton, R. (1962). *National TV Debates and Presidential Voting Decisions*. *The Public Opinion Quarterly*, 26(3), 426-429. extraído de <http://www.jstor.org/stable/2747231>
- Mendizábal, N. (2006). *Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa*. En Vasilachis de Gialdino, I. (Comp.). (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*.
- Mitchelstein E. (2005). *Media and Elections Televised election debates and election debates coverage: the Buenos Aires case*. MSc Dissertation, Londres: Department of Media and Communications, London School of Economics.
- Navarro, A. (s.f.). *Las investigaciones con entrevistas cualitativas: carácter flexible y emergente de los diseños*. En Meo, A. y Navarro, A. (2009). *La voz de los otros. El uso de la entrevista en la investigación social*. Buenos Aires: Omicron System.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. New York: Cambridge University Press.
- O'Donell, G. (1992). *Delegative democracy?*. Notre Dame, Ind: Helen Kellogg Inst. for Internat. Studies, Univ. of Notre Dame.
- Parsons, T. (1968). *La estructura de la acción social*. Madrid: Ediciones Guadarrama.

- Patterson, T. (1980). *The mass media election*. New York: Praeger.
- Patterson, T. (1993). *Out of order*. New York: Alfred Knopf.
- Pérez Serrano G. (1994), *Investigación Cualitativa Retos e Interrogantes*.
- Pita Fernández, S., Pértegas Díaz, S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*.
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death*. New York: Penguin.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Ranney, A. (1979). *The Past and future of Presidential debates*. Washington: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Ranney, A. (1979). *The Past and future of Presidential debates*. Washington: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Ruiz F. y Alberro H. (2012). *Ola de debates electorales en América Latina: luces y sombras de un avance democrático*. Fundación Konrad Adenauer
- Sartori, G. (1987). *The theory of democracy revisited*. Chatham, NJ: Chatham House Publishers.
- Schroeder, A. (2008). *Presidential Debates: Fifty Years of High-Risk TV Paperback*. Nueva York: Columbia University Press. .
- Schuster, F. (1997). *El método en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Sidney Kraus, e. (1962). *The Great Debates: Background, Perspective, Effects*. Bloomington: Indiana University Press.
- Sindlinger & Co., 1960. *Debate Score: Kennedy Up, Nixon Down, 1960*.
- Sylvestre, G. (2016). *Intriga, alianzas y traiciones*. Buenos Aires: Ediciones B.
- The Racine Group (2002) *White Paper on Televised Political Campaign Debates, Argumentation and Advocacy*, 38:4, 199-218. University Press.
- Vancil, D.L. y Pendell S. D., *The Myth of Viewer-Listener disagreement in the first Kennedy-Nixon Debate*. Central States Speech Journal Vol 38. (1987).
- Vasilachis de Gialdino, I. (Comp.). (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*.

Valles, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Recuperado de:  
[http://academico.upv.cl/doctos/ENFE-4072/%7B0156537F-94C8-43CF-B91A-6ABB5550C70F%7D/2013/S2/IT\\_Valles\\_Tecnicas\\_cualitativas.pdf](http://academico.upv.cl/doctos/ENFE-4072/%7B0156537F-94C8-43CF-B91A-6ABB5550C70F%7D/2013/S2/IT_Valles_Tecnicas_cualitativas.pdf)

Waisbord, S. (1993) *A sign of the times: television and Electoral politics in Argentina, 1983-1989*. Kellogg Institute.

Yin, R. (2009). *Case study research*. Los Angeles: Sage.

### Archivo periodístico

Alfie, A. (11/05/2015). *Anuncian que habrá debate de los candidatos a presidente*. Clarín. Extraído de [https://www.clarin.com/politica/elecciones\\_2015-daniel\\_scioli-mauricio\\_macri-sergio\\_massa\\_0\\_HkFhh4KPmx.html](https://www.clarin.com/politica/elecciones_2015-daniel_scioli-mauricio_macri-sergio_massa_0_HkFhh4KPmx.html)

Arnáez, E. (12/08/2015). *El enojo de Stolbizer, Saá y Del Caño, discriminados del debate de TN*. Perfil.com. Extraído de <http://www.perfil.com/noticias/politica/el-enojo-de-stolbizer-saa-y-del-cano-discriminados-del-debate-de-tn-20150812-0021.phtml>

*Ballotage: Macri con ventaja de entre 4 y 8 puntos según las últimas encuestas*. (11/11/15). Lapolíticaonline.com. Extraído de <https://www.lapoliticaonline.com/nota/93865-ballotage-macri-con-ventaja-de-entre-4-y-8-puntos-segun-las-ultimas-encuestas/>

*Chirac rejects Le Pen debate*. (24/04/02). BBC. Extraído de <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/1945044.stm>

*Cómo fue el rating del debate Larreta-Lousteau-Recalde*. (25/06/15). Clarín. Extraído de [https://www.clarin.com/politica/rating-debate-Larreta-Lousteau-Recalde\\_0\\_HJP9QPYDmx.html](https://www.clarin.com/politica/rating-debate-Larreta-Lousteau-Recalde_0_HJP9QPYDmx.html)

*Con matices, todas las encuestas prevén a Scioli por encima de Macri en primera vuelta*. (2/08/15). PolíticaArgentina.com. Extraído de <https://www.politicargentina.com/notas/201508/7196-con-matices-todas-las-encuestas-preven-a-scioli-por-encima-de-macri-en-primera-vuelta.html>

*Cristina acepta debate con candidatos si lo organiza una universidad pública*. (19/09/17). Ambito.com. Extraído de <http://www.ambito.com/897705-cristina-acepta-debate-con-candidatos-si-lo-organiza-una-universidad-publica>

*De la Rúa gana por 19 puntos*. (03/09/99). La Nación. Extraído de <https://www.lanacion.com.ar/153931-de-la-rua-lleva-19-puntos>

*El rating del debate presidencial entre Mauricio Macri y Daniel Scioli fue uno de los más altos de la década.* (15/11/15). Infobae.com. Extraído de <https://www.infobae.com/2015/11/15/1769976-el-rating-del-debate-presidencial-mauricio-macri-y-daniel-scioli-fue-uno-los-mas-altos-la-decada/>

*El vínculo entre Cambiemos y la ONG que armará el debate.* (22/04/18). ElDestape.com. Extraído de <https://www.eldestapeweb.com/elecciones-2019-los-vinculos-el-gobierno-y-argentina-debate-n42616>

*En todas las encuestas Kirchner va adelante con más del 70 por ciento.* (14/05/03). Clarin.com. Extraído de [https://www.clarin.com/politica/todas-encuestas-kirchner-va-adelante-70-ciento\\_0\\_SJ\\_yYbgCKl.html](https://www.clarin.com/politica/todas-encuestas-kirchner-va-adelante-70-ciento_0_SJ_yYbgCKl.html)

*Encuesta Aurelio: 45% para Larreta, Lousteau 26% y 20% para Recalde.* (27/06/15). iProfesional.com. Extraído de <https://www.iprofesional.com/actualidad/214695-elecciones-2015-balotaje-rodriuez-larreta-Encuesta-Aurelio-45-para-Larreta-Lousteau-26-y-20-para-Recalde>

*Encuesta: a dos semanas del balotaje, Macri le saca ventaja a Scioli.* (25/10/15). Clarin.com. Extraído de [http://www.clarin.com/politica/elecciones\\_2015-mauricio\\_macri-daniel\\_scioli-encuesta-balotaje\\_0\\_rkwbjxtP7x.html](http://www.clarin.com/politica/elecciones_2015-mauricio_macri-daniel_scioli-encuesta-balotaje_0_rkwbjxtP7x.html)

*Encuestas en la recta final: Scioli y Macri al límite del balotaje.* (14/10/15). Perfil.com. Extraído de <http://www.perfil.com/noticias/politica/encuestas-en-la-recta-final-scioli-y-macri-al-limite-del-balotaje-20151014-0028.phtml>

*Escandalosa demora de seis horas en la difusión de los datos oficiales.* (25/10/15) LaNación.com. Extraído de <https://www.lanacion.com.ar/1839779-datos-oficiales-5-horas-y-media>

*Filmus pegó el faltazo.* (27/10/11). TN.com.ar. Extraído de [https://tn.com.ar/politica/filmus-falto-y-no-hubo-debate\\_059605](https://tn.com.ar/politica/filmus-falto-y-no-hubo-debate_059605)

Gorenstein, A. (22/05/07). *¿Sirve el debate de los candidatos emitido por cable y en la noche de los Martín Fierro?*. Extraído de <https://www.minutouno.com/notas/28697-sirve-el-debate-los-candidatos-emitido-cable-y-la-noche-los-martin-fierro>

*How the Kennedy-Nixon debate changed the world of politics - National Constitution Center.* (26/09/17). Constitutioncenter.org. Extraído de <https://constitutioncenter.org/blog/the-debate-that-changed-the-world-of-politics>



*Kirchner se negó a un debate con Menem: "no estoy dispuesto a debatir con el pasado".* (30/03/03). Clarin.com. Extraído de [http://www.clarin.com/ultimo-momento/kirchner-nego-debate-menem-dispuesto-debatir-pasado\\_0\\_Hk5xLjbxCKg.amp.html](http://www.clarin.com/ultimo-momento/kirchner-nego-debate-menem-dispuesto-debatir-pasado_0_Hk5xLjbxCKg.amp.html)

*La Presidenta y la comunicación, un monólogo que lleva 540 días.* (27/07/11) Clarin.com. Extraído de [https://www.clarin.com/gobierno/Presidenta-comunicacion-monologo-lleva-dias\\_0\\_HycXlNJpvmx.html](https://www.clarin.com/gobierno/Presidenta-comunicacion-monologo-lleva-dias_0_HycXlNJpvmx.html)

*La TV Pública vs TN: la pelea por el primer debate presidencial.* (11/08/15). Iprofesional.com. Extraído de <https://www.iprofesional.com/notas/217425-scioli-massa-macri-La-TV-Publica-vs-TN-la-pelea-por-el-primer-debate-presidencial>

*Los 360 segundos que impiden el debate entre Sergio Massa y Martín Insaurralde.* (30/09/13). Perfil.com Extraído de <https://www.perfil.com/noticias/politica/los-360-segundos-que-impiden-el-debate-entre-sergio-massa-y-martin-insaurralde-20130930-0034.phtml>.

*Los presidenciales van a debatir en Todo Noticias* (10/08/15) TN.com.ar. Extraído de [https://tn.com.ar/politica/los-presidenciales-van-a-debatir-en-tn\\_609574](https://tn.com.ar/politica/los-presidenciales-van-a-debatir-en-tn_609574)

*Macri acepta el reto de Scioli y habrá debate antes del balotaje.* (26/10/15). Clarín.com. Extraído de [https://www.clarin.com/politica/macri-acepta-scioli-debate-balotaje\\_0\\_HJumZKPXg.html](https://www.clarin.com/politica/macri-acepta-scioli-debate-balotaje_0_HJumZKPXg.html)

*Macri se desvela por no ir al balotaje.* (27/02/2007). LaPolíticaOnline.com. Extraído de <http://www.lapoliticaonline.com/nota/nota-32001/>

*Nueva guerra de encuestas entre Scioli y Massa.* (25/08/14). Clarin.com. Extraído de [https://www.clarin.com/politica/encuestas-guerra-Massa-Scioli-Macri\\_0\\_BygHME9cvml.html](https://www.clarin.com/politica/encuestas-guerra-Massa-Scioli-Macri_0_BygHME9cvml.html)

Schapiro, T. (2015). *"Cristina será recordada por defender sus convicciones e ideales."* Infobae.com. Extraído de <https://www.infobae.com/2015/03/15/1716044-cristina-sera-recordada-defender-sus-convicciones-e-ideales/>

*Scioli supera a Macri por casi 6 puntos y Massa se retrasa.* (19/04/15). LaNacion.com Extraído de <https://www.lanacion.com.ar/1785787-scioli-supera-a-macri-por-casi-6-puntos-y-massa-se-retrasa>

Serra, L. (16/06/1996). *De la Rúa con más ventaja. La Nación.*

*Telerman desmintió a Clarín/TN: "Todavía no hay nada". (11/08/15). Urgente24.com.*  
Extraído de <https://www.urgente24.com/243075-telerman-desminti%C3%B3-a-clar%C3%ADntn-todav%C3%ADa-no-hay-nada>

*Una última encuesta ubica a Menem al tope de la intención de voto. (25/03/03).*  
Infobae.com. Extraído de <https://www.infobae.com/2003/04/25/54812-una-ultima-encuesta-ubica-menem-al-tope-la-intencion-voto/>

### **Material audiovisual**

*Argentina Debate Presidencial. (2015). [Video].* Extraído de  
[https://www.youtube.com/watch?v=a\\_om-7F5NM8](https://www.youtube.com/watch?v=a_om-7F5NM8)

*Debate da Band 26/08/2014 - Presidente da República do Brasil. (2014). [Video].*  
Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=rPAMXAqK-Qk>

*Debate Jefe de Gobierno español. (2011). [Video].* Extraído de  
<https://www.youtube.com/watch?v=noi1HEBusfE>

*Debate O'Globo - segunda vuelta. (2014). [Video].* Extraído de  
[https://www.youtube.com/watch?v=B8Tu6\\_m4cv0](https://www.youtube.com/watch?v=B8Tu6_m4cv0)

*Debate Presidencial ANATEL 1 - 2013. (2018). [Video].* Extraído de  
<https://www.youtube.com/watch?v=fMpRcaAnNuc>

*Debate segunda vuelta Bandeirantes. (2014). [Video].* Extraído de  
[https://www.youtube.com/watch?v=Y\\_AR7OVuHLE](https://www.youtube.com/watch?v=Y_AR7OVuHLE)

*Debate TV Globo dos Candidatos a Presidente. (2014). [Video].* Extraído de  
<http://www.youtube.com/watch?v=MpIiALqQg8A>

*First Presidential Debate: Obama vs. Romney. (2012). [Video].* Extraído de  
<https://www.youtube.com/watch?v=aYKKsRxhcro>

*Macri Scioli - Debate Completo. (2015). [Video].* Extraído de  
[https://www.youtube.com/watch?v=H7Lnw-fk\\_\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=H7Lnw-fk__k)

*Martín Lousteau - Debate con Horacio Rodríguez Larreta y Mariano Recalde. (2018).*  
[Image]. Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=C7AnMnvhfKs>

*MASSA - DE LA SOTA: Debate completo. (2015). [Image].* Extraído de  
<https://www.youtube.com/watch?v=kbzESxs8x3o&t=4s>

*Obama vs. Romney: Second Presidential Debate.* (2012). [Video]. Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=WD0RH9PLxQY>

*Primer debate entre la candidata y los candidatos a la Presidencia de la República.* (2012). [Video]. Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=Rjzr7TfY5Zw>

*Segundo Debate Presidencial Completo - Mexico 2012.* (2012). [Video]. Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=05JTcqAUkA0>

*Tiempo Nuevo. Debate fallido entre Carlos Menem y Eduardo Angeloz.* (1989) [Video]. En <https://www.youtube.com/watch?v=ETRcqFJ3LcI>

*Third Presidential Debate: Obama vs. Romney.* (2018). [Video]. Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=YwzXxkMDvL8>

## Anexos

### **Entrevista 1: Co-organizador de Argentina Debate**

*Uno de los organizadores de Argentina Debate, el conglomerado de ONGs que organizó el debate 2015*

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

-Como miembro de la sociedad civil participé en la realización de varios debates. A través de organizaciones intentamos mediar para que se pudiera realizar el frustrado debate entre Macri y Filmus por la jefatura de gobierno en 2011 (donde uno quería ir a TN y el otro a A24) a ver si podíamos rescatar la situación. Intentamos usar la diplomacia pero no funcionó.

Después en 2011 logramos hacer debates a diputados nacionales, en que participaron algunos en la facultad de derecho de la UBA (No necesariamente las cabezas de lista).

Y en 2013 hicimos uno de referentes económicos de los espacios.

En 2015 participé de la experiencia de Argentina Debate que concretó un debate presidencial en primera vuelta con todos los candidatos menos Scioli. Y el debate del Balotaje con Macri y Scioli.

**-¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó? ¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?** <sup>53</sup>

-En 2015 yo ya no trabajaba en la ONG en la que había trabajado los últimos años y surgió la posibilidad de meterme en esto. Yo estaba fijado en el tema de los debates porque había vivido en Estados Unidos de 2005 a 2010 y participé de cerca de la

---

<sup>53</sup> En esta pregunta se le aclaró que se le consultaba puntualmente por la participación en debates presidenciales.

campaña de Obama y vi cómo se organizaban los debates allá. Tuve contacto con la Comisión de Debates estadounidense (encargada de la organización de los debates). Y en 2014 Cippec, organización con la que colaboraba, logra un acuerdo con el grupo de empresarios GAM (Grupo de Argentina Mejor), que reunía a empresarios sub-50 que querían reflexionar e influir sobre la vida pública diferenciándolo del lobby personal de sus propias empresas.

Surgió la posibilidad de promover un debate presidencial como un programa de Cippec. Materialmente distinto a Cippec, con sus propios comités y reglas de gobernanza e independiente de Cippec en cuanto a la estrategia; pero con una fuerte motorización por parte de la organización.

El primer desafío fue convocar a un comité estratégico que le diera una amplia base a la iniciativa. Estaban algunos de estos empresarios y luego convocamos a algunas personalidades “notables”.

La sustancia era poder generar una instancia de diálogo en medio de la grieta. Hay que tener en cuenta que en la Argentina no solamente los candidatos no debaten: no se juntan ni para un evento social, no se cruzan ni físicamente. No hay fotos de dos candidatos presidenciales juntos.

Simbólicamente lo que nosotros promovíamos era el cambio cultural. Creemos que esa participación en un mismo espacio es el zócalo mínimo de la civilización, que es lo contrario a los postulados de Laclau. Nosotros creemos que uno tiene que confrontar dentro de las reglas de juego. En ese sentido un debate cumple una función civilizatoria. En 2014 entonces generamos documentos de trabajo, donde se planteaban temas de política pública coordinados por especialistas de Cippec. Eso nos permitía acercarnos a los candidatos con una excusa, porque ellos también necesitaban de esos documentos para nutrir su discurso público y sus programas de gobierno. Y de paso les

preguntábamos si estarían dispuestos a debatir y ellos nos decían que sí (*hace gesto como que era una respuesta políticamente correcta*). En ese momento no nos acercábamos solo a los candidatos expectantes como Scioli o Macri sino también a muchos que después se quedaron por el camino, como Hermes Binner.

El siguiente paso fue construir una red institucional. Empezamos a convocar a ONGs a las que le pedíamos apoyo. A las ONGs les interesaba la idea de que en el debate se trataran los temas que a ellos les interesaba.

El tercer paso fue una alianza con los medios de comunicación. En primer lugar con la Asociación Argentina de Televisión.

Siempre nos acercábamos con el concepto de bien público, que es un bien por el que trabajamos todos y que pueden disfrutar todos. Teníamos como ejemplo el modelo norteamericano donde la señal era abierta, pero con el modelo chileno en el que participan todos los candidatos.

Esto fue una idea central de los organizadores que tuvieron que discutir mucho para lograr que fuera así. Especialmente en lo que hace a la participación de los candidatos donde muchos querían que sólo estuvieran los tres principales: pero la idea de la organización fue muy firme respecto de que tenían que ser todos los que pasaran las PASO. Si es bien público tiene que ser abierto.

En 2015 se aceleró el trabajo. Incluimos en las discusiones a representantes de los medios gráficos nacionales. Solo Pagina/12 no participó.

Definir los moderadores fue otra cuestión complicada. Los canales querían meter a dos moderadores por grupo empresario. Cuando lo contamos en organizaciones internacionales del tema no lo podían creer, pero no había otra manera de hacerlo.

Entre las Paso y las generales se armó un comité con representantes de todos los partidos políticos. Los de Scioli venían y hasta firmaban las reglas. A diferencia de los

otros espacios, el equipo de Scioli mandaba a un funcionario de segunda o tercera línea, mientras que el resto mandaba a alguien de primera línea. Hasta que en un momento dejaron de venir.

ATA nos había hecho firmar un acuerdo de que solo televisarían en caso de que participaran todos los candidatos y que si no se abrían. Cuando queda claro que Scioli no va a venir, todos los canales se empiezan a bajar. Se hundía todo. Solo canal 26 decía que iba a seguir adelante. América el día martes o miércoles previo al debate también se había bajado.

Tampoco estaba 100% confirmado Macri. El costo para él de bajarse era cero. Durán Barba no quería que participara, según lo que nos decían a nosotros. Los costos de hacer caer el debate ya los había pagado Scioli y de los otros candidatos él era el único que tenía una gestión que defender.

Macri la vio. Vio la oportunidad y Duran Barba hacía un cálculo más conservador.

Macri entendió el cambio cultural que significaba este debate. Scioli tuvo mala visión.

De hecho, el lunes siguiente a la primera vuelta. Scioli desafía a Macri a debatir y hasta acepta hacerlo en TN, lo que implicaba un doble costo político: ya había tenido que explicar en cada nota por qué no había ido a debatir antes, y ahora tenía que ir a TN.

### **-¿Qué impacto tuvo el debate?**

-Tuvo impacto en la agenda setting. Macri lo aprovecha. Scioli podría haberlo usado como una forma de mostrarse con iniciativa propia pero lo desaprovechó. En una nota posterior ese día, Macri dice que sí pero no en TN. Otro mensaje: Macri, el candidato de la derecha, le dice que no al Grupo Clarín y acepta hacerlo en una universidad pública.

Otra vez el impacto el proceso fue el seteo de agenda. Pensábamos que con Scioli diciendo que sí al grupo, ya no podríamos volver a hacerlo. Magnetto decía que no iba a haber debate presidencial. Nosotros estábamos preparados pero creímos que no se iba a

hacer. Macri lo lleva a Scioli al escenario en que él ya había estado y lo deja expuesto. Incluso lo plantea en el transcurso del debate.

**-En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?**

-Los candidatos negocian y compiten por imponer sus propias reglas del juego.

Nosotros nos pusimos el objetivo de ser confiables, transparentes y de actuar de buena fe. Una regla clave fue sobre la forma de relacionarnos con los equipos de campaña, a través de mails copiados. No había reuniones bilaterales más allá de algún llamado telefónico.

En ese sentido fue importante la participación de la Facultad de Derecho como escenario neutral. Sí había pretensiones distintas a lo que nosotros queríamos

Los 3 candidatos principales querían reglas lo más rígidas posibles. Ellos sabían que nosotros queríamos que el debate ocurriera, entonces los candidatos más fuertes nos negociaban con la amenaza de ruptura. Cuanto más fuerte sos, más rigidez querés y menos dinamismo.

Al respecto tuvimos diferencias con alguno de los moderadores que por ejemplo quería tener espacio para repreguntar. A nosotros nos parecía válido también pero tuvimos que explicarle que ese era el debate posible. Lo que nosotros no queríamos era tiempo libre de discusión. Queríamos mostrar orden. No queríamos un gallinero. Queríamos sobreactuar la civilización. Los intereses de Scioli y Macri en esto coincidían.

Respecto a los temas planteados en la organización había un comité temático que eligió los temas. Lo que entraba se negociaba. A ellos tampoco les importaba tanto porque sabían que luego iban a hablar de lo que quisieran en sus minutos.



Otra diferencia fue por el atril vacío de Scioli en la primera vuelta. Hubo muchas presiones para que lo sacáramos. Macri y el resto de los candidatos tuvieron una posición muy dura para que se dejara. Porque había un papel firmado con el orden de los atriles, sorteo de exposiciones, etc.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-A diferencia de otras elecciones, nadie tenía garantizado el triunfo en primera vuelta o que no hubiera balotaje. En otras elecciones el que iba primero no arriesgaba: no había incentivos electorales para participar y el clima de época todavía no lo pedía. En este caso el clima de época existía: había una demanda de aflojar los antagonismos, la gente lo pedía y nosotros teníamos encuestas que lo demostraban... En ese sentido había que ser parte de la foto. Y Scioli no vio la importancia de la foto.

**-Pero en 2003 se dio un escenario similar de paridad...**

-2003 fue particular porque recién salíamos de la crisis, la campaña fue apurada, a Menem no lo ibas a hacer debatir. Fue la única con un esquema similar. Pero había mucho quilombo y las prioridades eran otras. Acá uno de los temas de campaña era el fin del antagonismo.

**-Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

-Había dos variables para definir la participación o no en el debate<sup>54</sup>. Scioli solo se enfocó en la diferencia en las encuestas y apostó a conservarlas.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

---

<sup>54</sup> El entrevistado refiere a los incentivos electorales o la ventaja en las encuestas; y el reclamo de cambio cultural de la sociedad a la que hacía referencia en la pregunta anterior.

*Se omitió esta pregunta por considerar que ya había quedado respondida anteriormente.*

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?**

-Ahora salió la ley. Pero no sé si es la mejor manera de institucionalizar. El gran capital de la experiencia de Argentina Debate es la posibilidad de tejer acuerdos entre gente que compite entre sí (medios que compiten entre sí; políticos que compiten entre sí). Pero esa capacidad de generar acuerdos tiene que ver con la voluntad de acordar. Si es por coerción, siempre se puede judicializar y se agudiza la confrontación que es lejano a lo que nosotros queríamos. El debate tiene que ser fruto de acuerdos.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

-No, creo que abordamos todo.

## **Entrevista 2: Asesor en comunicación de Fernando de la Rúa y Mauricio Macri**

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

-Participé desde el primer debate a jefe de gobierno de la Ciudad en 1996. Después estuve en la campaña presidencial de 1999 en la campaña de De la Rúa. Después estuve en el de Mauricio candidato a diputado en 2005, jefe de Gobierno 2007, en el fallido de 2011 y en el presidencial de 2015. En el medio participé de otros de legisladores nacionales, el de Jefe de Gobierno de 2011 entre otros.

En el de De la Rúa Presidente llevaba las de ganar. No había decisión política de hacerlo. No había el clima propicio para los debates presidenciales si sabías que tenías algo para perder. Fernando no era un gran orador.

En aquel momento hubo enojo de A Dos Voces que era el que más insistía. Hubo varios que insistían

Mauricio en cambio siempre quiso debatir. Le gusta. Está seguro de sí mismo en el mano a mano. La seguridad del candidato es clave para estas cosas. Y Mauricio es un alumno muy aplicado a la hora de seguir la estrategia del debate.

**-¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó?  
¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

-Sobre el formato, tiene que ser siempre en beneficio de tu candidato. Se puede decidir que sea parado o sentado. Todo depende. Pero vos siempre defendés a tu candidato. Si tu candidata es Michetti vos no podés aceptar un debate parados en que ella quede sentada. Y después tenés que estar dispuesto a ceder lo que no te importa.

En la negociación pesa la fuerza, la inteligencia y quién es el candidato. Todos somos democráticos, pero en una negociación no tiene la misma fuerza Scioli que del Caño. En la negociación siempre hay un condicionamiento que es que si no voy no hay debate.

El problema es si no tenés nada para ganar y mucho para perder. En nuestro caso, nosotros nunca dijimos de no debatir. Si pudimos haber puesto condicionamientos como “si no estamos los 5 no debatimos”. O por el contrario “con los 5 no”. Siempre hay un argumento técnico. Hasta se puede discutir por la fecha si no querés debatir.

En el caso de Scioli, por ejemplo, nunca vi a alguien boludear tanto a TN. Mi intuición me decía que él no iba a ir a debatir a ningún lado.

Vos como asesor jugas en la negociación antes del debate. Después en el debate estamos todos en las mismas condiciones y aparecen subjetividades en torno a cómo le fue a cada uno.

En nuestro caso el candidato confiaba. Yo no llevaba instrucciones ni consultaba nada.

El tema es sencillo. Se vio por ejemplo una vez que hicimos un debate de economistas que en los entrenamientos previos el candidato daba una explicación muy técnica. Lo que nosotros planteamos es esto: 2 puntos de rating son 200 mil personas, entre las cuales puede haber como mucho 2000 economistas. Te quedan 180 mil que no entendieron nada. El punto es que prefiero que se enojen los 2000 economistas.

Uno tiene que crecer en el debate. Lo importante es poder mostrar algo distinto y cautivante.

Por ejemplo en el debate de De la Rúa 1996 habíamos encontrado una columna de opinión de Norberto La Porta ponderando la dictadura. Conseguimos el diarios y al momento del debate De la Rúa puso ese recorte sobre la mesa (era un debate sentados).

No lo usamos ni lo teníamos pensando usar. Pero ya el competidor no se pudo volver a concentrar en el debate.

**-En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?**

Es un ajedrez constante con la producción y con los otros candidatos también. Se trata de plantarse en lo que para vos es fundamental y ceder en lo que no te importa.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-En el caso de Mauricio nunca fue la conveniencia. El quería debatir. Nosotros lo único que planteábamos era acotarlo a un debate. En su convicción él se hubiera comprometido con muchos debates.

No hay un solo factor que determine si se hace o no un debate. Lo importante es si uno puede o no manejar ciertas condiciones. Yo creo que ahora no va a quedar más remedio que debatir, aunque el día de la silla vacía (*De Scioli*) no costó un voto.

Nosotros lo único que planteamos como condición para asistir a ese primer debate era que estuviera el atril vacío. Si no, no íbamos. Nos planteaban hasta último momento que era mejor sacarlo, que no se veía bien en la imagen del plano largo. Hubo presiones de Scioli a la organización del debate. Hubo muchas amenazas cruzadas. Incluso yo agarré a un productor y le dije: “si sacás el atril, yo salgo a denunciar que lo hacés porque sos kirchnerista”.

¿Si Scioli perdió por no ir al debate? No es la única variable, así como un afiche no gana las elecciones. Es una sumatoria de cosas. Son variables que bien coordinadas te llevan a ganar una elección.

**-Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

-Con De la Rúa no sé. No era tan importante en ese momento. El público era distinto. Con Macri primero en las encuestas hacíamos un solo debate. En el último terminamos debatiendo con los que sacaron dos votos e igual nos fue bien. Y sabíamos que si no íbamos ese debate (el de 1º vuelta) se caía. Y nos fue bien. En el caso de Macri él tiene la convicción de que debatir es importante y la seguridad en sí mismo.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

-Afianzan la democracia. Todo lo que se pueda hacer sirve. Pero tiene que ser un debate atractivo y en condiciones de paridad. La gente no escucha en profundidad pero ve gestos. Y te tenés que preguntar para quién debatís: ¿para un público pseudo intelectual o para la gente? Y eso se nota en lo que la gente rescata del debate que no son los temas que Novaresio hubiera querido discutir.

El debate es entre candidatos. La gente no nos criticó. Si la gente te critica, fallaste.

Achatar el debate puede ser una estrategia. De hecho, en un momento tuvimos que subir a pedirle a Mauricio que parara con los golpes.

Es un aporte a la democracia. Pero hay que hablarle a la gente. Pasaba que otro candidato habló en algún debate de los cambios del código penal, hablando para los intelectuales. Y Mauricio habló de la inseguridad en Florencio Varela. La gente quiere que el político le hable de su número y no del infinito. Y los medios analizan desde ahí, desde los grandes temas

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?**

-La cobardía. Mauricio sabía que podía perder. Pero no planteó una estrategia cobarde.

Los únicos candidatos que siendo primeros aceptaron debatir fueron los míos. El Pro tiene un equipo de comunicación muy sólido. Creíamos que nuestros candidatos eran los mejores. Y tenemos un gran equipo de debates. Y los resultados se vieron.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

Muchas veces hay intereses políticos cruzados. En 2015 parte de la organización quiso bajar el atril de Scioli y lo plantearon.

Muchas veces los organizadores de los debates quieren tener excesivo protagonismo.

El año que viene se va a hacer el debate. Argentina Debate marcó un punto de partida y para atrás no se puede ir. En las otras organizaciones había intereses privados. Todos jugábamos. Intereses políticos siempre hubo

### **Entrevista 3: Asesor en Comunicación de Daniel Scioli**

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

-Participé en el debate presidencial de 2015. No fui el referente, pero estuve en el proceso. Había dos teorías al respecto. La mía y otra que no es mía. La otra planteaba que Scioli había expresado su voluntad de participar y por eso mandaron a alguna gente a participar de las reuniones que se habían convocado.

La mía es que Scioli por su forma de ser lo que hacía era no decir que no. El equipo no tenía confirmación pero avanzaba en su participación en las reuniones. Cuando el debate se hizo él no fue. Y eso fue un error severo porque generó expectativas de aceptación del debate y de esas condiciones, sobre las que los representantes que iban no decían nada. A mí no me consta que los que fueron hayan ido con el aval de él. El no contesta sí o no. Scioli no dice que no. Yo le insisto sobre algún tema hasta que me canso yo (o hasta que se canse él). Lo que nunca se puede interpretar es que el silencio de Scioli implica una aceptación o un sí.

Le informaron que había reuniones. El tipo no dijo que no. Pero yo nunca le escuché decir que iba a ir. Una sola vez le pregunté y no me contestó. No intenté convencerlo. Yo creo que había que ir, pero si no había que decirlo de arranque porque se generan expectativas.

En 2015 fue importante el debate justamente porque se generó expectativa. En todas las otras elecciones el que ganaba no fue a las reuniones.

En este caso muchos se ofendieron. Pero Scioli nunca dijo “Voy a ir”. Siempre es y fue muy cuidadoso en sus mensajes: “No voy a eludir el debate”, “voy a discutir todo”.



Nunca quiso ir al debate ni darlo. Hubo un error en la manera de sacar ese tema de la agenda.

**-¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó?**

**¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

Fui a la facultad de derecho con el staff de argentina debate. Scioli me pide el mismo domingo de la elección que vaya a la reunión del lunes.

Argentina Debate dice que por respeto a los que estuvieron en el debate anterior la idea era mantener el formato. Nosotros no tuvimos inconveniente. Ya estaba muy regulado.

No hubo mucha modificación más allá de la ampliación de los tiempos. Ese formato fue a solicitud del equipo nuestro como condición. Se pensaba que el formato como estaba también iba a beneficiar a Scioli. Se puso alguna condición respecto a los títulos de los bloques. Ese esquema que pensamos que iba a beneficiar a Scioli, lo benefició a Macri. El que necesitaba un debate caliente era Scioli. Era el que tenía que arriesgar. El que necesitaba un debate picante.

Al que va ganando le conviene la quietud. Scioli no pidió nada en particular.

**-En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?**

-Hubo mucha cordialidad. El saludo final de las mujeres estaba pautado. Entraban las dos mujeres, saludaban a sus maridos. Esa foto de la que hablaron todos... los dos lo sabían que lo tenían que hacer. Y por algún motivo no la hicieron. Esto se hace en todos los debates del mundo.

El que planteó esto fue Martín Kwellner (productor televisivo a cargo de Endemol) que es el que tenía a su cargo la parte del show.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-Si la inercia en el escenario electoral nos favorecía o no. Los candidatos creen que los debates pueden cambiar abruptamente el sentido de la elección. Si van arriba creen que puede aparecer algún golpe de efecto que cambie el humor social. Yo no creo que el debate cambie nada. Es un escenario más. La gente ve los debates con un prejuicio y con preferencias previas. Terminan sintiendo que el que ganó la discusión es el que ya habían elegido. Y justamente pasó eso.

Nosotros hacíamos tracking IVR (método de encuesta telefónica). El debate no modificó la tendencia. La no asistencia sí que pudo influir, aunque no podemos precisar que haya sido eso porque justo por esos días se dieron varias noticias negativas para la campaña de Scioli que deterioraron la imagen de Daniel.

**-Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

-El segundo, si hubiera aparecido como favorito claro en las encuestas, no hubiera ido. Y el primero hubiera querido asistir. Pero fue un error. No es un riesgo para nadie ir a un debate. Con un político bien preparado que sabe que como zafar frente a cualquier pregunta, no existe ninguna pregunta que pueda incomodar al aire. El riesgo puede tener más que ver con la comunicación no verbal. Pero no es un riesgo profundo. Salir mal en una foto cambia una infinitésima. Las imágenes políticas se construyen con millones de estímulos.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

-Son un aspecto más. No son determinantes. No digo que no tengan que existir. Es una manera más de dar todas las discusiones y no se salda ahí. Hay millones de maneras de

discutir. Hay una idea de que se va a hacer el debate y que cuando termine la gente se va a ir a su casa a reflexionar. Pero la agenda pública sigue en marcha. En nuestra medición no cambia en nada. Con o sin debate, nosotros veíamos que los números de Macri se acercaban.

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?**

-La falta de profesionalismo en los equipos de comunicación política. Los candidatos tienen muchos prejuicios respecto de los profesionales de la comunicación. Y el PJ es particularmente reacio a usarlo. No conozco un consultor político que diga que no hay que ir. Son los candidatos los que no quieren.

Hay lugares comunes en la política en que los propios políticos creen que son importantes cosas que en realidad no lo son. Por ejemplo, que el hecho de corregir decisiones políticas es una muestra de debilidad. Macri lo hizo y no perdió un punto por eso<sup>55</sup>.

El análisis político es siempre rudimentario y llegó a la conclusión que el que gana no debate. Eso fue hasta ahora siempre y esto se respetó y fue así.

Macri rompió con esto en el balotaje. Y demostró que no hubo costo político para él.

Leyó que no había riesgo y que el contenido del debate es irrelevante.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

-No hay que tener miedo. Hay que ir bien preparado. Y si se va bien preparado no hay riesgo. Macri lo preparó mejor. Y si Scioli hubiera sido claro de entrada no habría pagado el costo político.

---

<sup>55</sup> La entrevista fue hecha en marzo de 2018.

#### **Entrevista 4: Asesor en comunicación de Sergio Massa y otros**

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

-Participé en campañas desde 1995 hasta la última elección en 2017 en los equipos de distintos candidatos y en distintos roles. En muchos de ellos como jefe de comunicación. En 1995, con la elección Menem vs. Bordón hubo amagues pero todo terminó con apenas una participación de Menem en un programa de Tinelli.

Luego participé de la campaña de 1999 por la provincia de Buenos Aires donde tampoco se logró concretar.

La legislativa de 2013, la presidencial de 2015 y la de senador de 2017 que tenía como principales candidatos a Bullrich, Cristina Kirchner y Massa.

El único debate que se concretó fue el de la elección 2015 en que se ausentó Scioli. Y también un debate interno entre Massa y De la Sota en el programa “A Dos Voces”.

El de 2013 fracasó porque la conducción política del espacio de Massa y la jefa política de Insaurralde que era Cristina Kirchner no les convenía. Las encuestas serias que existían daban un empate técnico entre los dos. Uno les daba dos puntos arriba a uno; y dos puntos arriba al otro. Yo me juntaba con el consultor del espacio de ellos, mirábamos las encuestas y estábamos a la par. ¿Para qué nos íbamos a arriesgar si estábamos cabeza a cabeza a que uno saque una distancia?

Entonces nos juntábamos con la organización del debate (en ese caso con la producción del programa A Dos Voces) y hacíamos la pantomima. Nos juntábamos un rato antes y hablábamos de si valía la pena hacerlo. Entonces el acuerdo fue de decir que sí y después que no.

El canal también hablaba desde sus equipos de relaciones institucionales. Querían que el debate se hiciera e intentaban convencernos.

Los equipos técnicos queríamos hacerlo el debate. Pero la política no quería. “Mirá si por un capricho los tipos no saca ventaja”. Entonces se empieza con distintas estrategias: cambios de reglas, mandar a la reunión a alguien de baja representatividad...

Eso es cuando vas arriba en las encuestas. En otra oportunidad, cuando nos tocó ir abajo, necesitás debatir con quien sea.

En el debate presidencial por ejemplo no podíamos no estar. ¿Si hubo acuerdos con otros espacios? La relación con Scioli estaba cortada. Con Macri había habido un acuerdo de no pegarle con cosas del padre, ni cosas personales.

**-¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó?**

**¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

-La mayoría de los debates se organizaron con la producción de A Dos Voces. El presidencial fue con la ONG Argentina Debate. Para nosotros era más cómodo trabajar con el canal de televisión porque hablábamos el mismo idioma. En la ONG siempre pensábamos que había otro tipo de intereses. Nosotros queríamos hacerlo en un canal de televisión lo más abierto posible. Creíamos que era el mejor lugar para nuestro candidato.

En el debate con De la Sota no se pactó nada. Se había acordado originalmente hacer muchos debates pero en un momento Massa dijo de no hacer más. Y el que gana quiere debatir lo menos posible. E impone las condiciones. Por eso en el presidencial no tenía margen para imponer nada. En el marco de la ONG era todo multitudinario, con mucha gente. Al final fui dos veces y después mandé a gente de mi equipo o de las consultoras que nos asesoraban. Todo estaba muy abierto a debate, mucho menjunje.

Ese debate lo terminé viendo con un jefe de campaña de Macri al que conozco hace 25 años.

A nosotros nos convenía el otro debate porque eran solo tres y ganábamos minutos, y con mayor tiempo de exposición y cruces. Y la gente lee: estos tres pueden ser presidentes.

El atril vacío de Scioli fue algo que pedimos nosotros. Si el tipo no iba había que marcarlo de alguna manera. Era para marcar la debilidad.

Incluso nos había pasado que se había organizado un debate cerrado entre jefes de campaña al que íbamos a ir los tres representantes de los candidatos. Y a último momento llegó el representante de Scioli, agarró a uno de los organizadores y les dijo que tenía la orden de no sentarse a debatir. Terminó haciendo él una entrevista a solas y los representantes de Macri y Massa estuvimos en la misma mesa. Por un tema político no pudo quedarse.

**-¿Hubo otras reglas que se negociaran?**

-A nuestro candidato le conviene hablar largo porque no tiene gran poder de síntesis. Los consultores de mi equipo estaban muy pendientes de la posición de los atriles e intentaban que nuestro candidato quedara en un lugar central. Al final siempre se termina sorteando.

Otra cuestión que tiene que ver más con el trabajo nuestro es evitar que nuestro candidato hiciera gestos a cámara. Entendíamos que un buen director puede capturar gestos que después lo hacen quedar mal. Tenía que evitar cierta sonrisa socarrona muy característica.

Respecto a los temas yo me encargaba de que estuvieran los dos caballitos de batalla de él: seguridad y jubilación. Después de eso, si vas perdiendo tenés que aceptar que se discuta hasta del partido River-San Lorenzo.

**-En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?**

-Cuando hay convicción de debatir es lo mismo todo. Se resuelven puertas adentro o puertas afuera. Si no hay voluntad se hacen estrategias para que se caiga. Podés tener un aliado como nos pasó en 2013. En 2017 me tuve que levantar de una reunión cuando vi que entre el oficialismo y el kirchnerismo parecían estar de acuerdo para que no se hiciera.

El mayor problema es cuando los interlocutores no son validos. Si eso pasa, el debate está condenado a fracasar.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-La posición en las encuestas. Si vos vas perdiendo tenés que aceptar cualquier condición. Si vas ganando en general la postura de los políticos es que si ganás no debatís. Los que estamos del lado de la comunicación, si vemos que nuestro candidato es bueno y que hay chance de ganar estamos dispuestos a hacerlo porque además podés ampliar la diferencia. Hay que ver qué postura prevalece. En general la política le gana a la comunicación.

Uno sueña con los debates como los de Estados Unidos que marca tendencia. Esa es la aspiración de un equipo de comunicación. Lo que pasa en los países desarrollados. Es el modelo Clinton Trump. Queremos que tienda a eso.

**-Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

-Sí. Hubiera sido diferente. Pero la realidad es que se define con los números de las encuestas en la mano.

Macri es un tipo diferente. La fórmula que le resultó fue ser diferente. En la discusión de si ir o no al debate Macri eligió a su equipo de comunicación.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

-Sirven totalmente. Le da un marco de transparencia que sea por tv abierta. Que lo pueda ver cualquiera con una papa y un alambre. Esto llega a alguien que no lee los diarios. Es la posibilidad de llegar a la gente que no quiere que la lleven de las narices.

Yo descreo de la publicidad política. De mí tienen que hablar bien los otros, no yo.

Para el que menos tiene, el debate es fundamental porque ayuda a generar conciencia de quienes son los candidatos y cómo piensan. A los más informados no les cambia. Pero es importante que el debate sea de la menor cantidad de gente posible.

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?**

-La dificultad siempre es la política. Que vos tenés en la mesa de negociación interna a mucha gente con mucha experiencia. En la mayoría de los equipos de campaña tenés exgobernadores, exministros, expresidentes de cámaras de diputados... que te empiezan a contar anécdotas de la elección de 1983 y te tiran sus pergaminos. A esos es difícil decirles que no, cuando está instalada esa cultura de que el que está arriba en las encuestas no debate.

De nuevo, en el espacio del PRO no tenés esos perfiles en la mesa de negociación.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

-Creo que barrimos todos los temas.



## **Entrevista 5: Productor de TV**

*A cargo de producción de debates televisivos en TN*

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

Participé en la organización como protagonista o como testigo indirecto de todos los debates que se organizaron desde 1996 hasta la fecha.

Esto incluye todos los de Jefe de Gobierno porteño. Todos los de diputados o senadores nacionales por la ciudad de Buenos Aires. En esta categoría todos se concretaron excepto los de 2011, por la negativa del kirchnerismo de participar.

Y los fallidos por la Provincia de Buenos Aires en todas sus categorías.

Lamentablemente, ni en gobernador, ni en diputados ni en senadores de la provincia hubo posibilidad de hacer debates.

En la categoría presidencial, aunque siempre hubo algún intento formal de encararlos, solo hubo chances serias en 1999, 2003 y 2015. En lo que hace a mi participación puntual como organizador en todos los casos se cayó por la negativa de alguno de los participantes expectantes.

En algún otro caso, como en la presidencial de 2011, se llevaban cartas formales de invitación a los despachos para un eventual debate pero solo como una formalidad o un acto de presencia. Se sabía que ese debate era imposible.

**-¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó?  
¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

En aquellos que fui protagonista directo de la organización, siempre la propuesta partía de la producción del programa televisivo “A Dos Voces” de TN. A principio del año

electoral se organizaban encuentros informales con los equipos de campaña de las fuerzas más relevantes para tantear la voluntad o no de encarar el debate y en qué condiciones. Esto sirve para tener una idea del terreno del juego en el que se discutirán las eventuales condiciones de ese debate. En general en esta instancia nadie dice que no estaría dispuesto a debatir. Los condicionamientos aparecen más adelante.

En esos primeros encuentros informales los equipos pueden plantear algún tipo de condicionamiento, que se tiene en cuenta a la hora de preparar las reuniones posteriores. Faltando unos meses para la elección en sí se convoca a una reunión de todos los candidatos que se quiera invitar al debate.

En el caso puntual de A Dos Voces siempre se priorizó un criterio periodístico de selección de los candidatos, de modo de favorecer el espectáculo televisivo y poder darle voz a los que realmente tienen chances de ganar la elección.

No se fijó nunca un criterio preestablecido de los participantes. En algunas ocasiones fueron los tres primeros de las encuestas; en otros se fijó un piso del 20% en encuestadoras prestigiosas o de resultado de las PASO. En alguna ocasión hubo que convocar a todos los candidatos porque fue un requisito planteado por los propios espacios o porque la diferencia entre el cuarto y el sexto, por ejemplo, era muy chica. Como producción en general priorizamos un debate más acotado.

El formato del debate propuesto siempre es el tradicional de “A Dos Voces”: tiempos fijos para exponer sin interrupciones por cada candidato y tiempo de debate libre.

Siempre con 3 o 4 temas dependiendo de la extensión del debate. En algunas ocasiones este formato tuvo que ser flexibilizado por pedido de los candidatos.

O por otras condiciones externas. Por ejemplo, en los debates que participó Michetti se cambió la disposición para que todos pudieran estar sentados.

También se plantearon otras modalidades como las preguntas y respuestas entre candidatos o los tiempos fijos de exposición sin cruces, como en el caso de la elección vicepresidente 2003.

Las temáticas se seleccionaron siempre a partir de una primera propuesta de la producción y luego se aceptan los pedidos de los espacios políticos de incluir otros temas o cambiar el título a alguno de ellos. Los temas, en general, son suficientemente amplios como para que cada candidato pueda hablar de las áreas en las que se siente más cómodo.

Tanto el orden de las exposiciones como la ubicación en los atriles son sorteadas con anterioridad.

**-En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?**

-Siempre por consenso. Queda claro que quien figura como favorito en las encuestas es quien tiene más peso en la negociación. Pero siempre se intenta que todos se vayan contentos siendo flexibles.

Cada uno tiene cosas en las que puede ceder y cosas en las que no. Para nosotros como producción es muy importante el tiempo libre de debate. Aún así, en ocasiones tuvimos que ceder ese requisito por pedido de los espacios o por cuestiones técnicas: es imposible en un debate entre 6 que todos hablen a la vez.

Los contactos personales del equipo de producción o los propios conductores para ayudar a bajar ciertas conflictividades también son una herramienta válida. De todos modos, es mejor que las diferencias se resuelvan en reuniones grupales.

Estas negociaciones, como en toda negociación política, suelen ser tensas. Y hasta que el debate no sale al aire nadie está 100% seguro de que se vaya a realizar.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-En primer lugar sin dudas es la posición que tienen en las encuestas. El candidato que va ganando es el que menos interés tiene en debatir. En el caso de las elecciones presidenciales esto es un factor determinante. También en las de provincia de Buenos Aires

En el caso de Capital influye a la hora de negociar las condiciones, pero como existe una mayor paridad de fuerzas y el público porteño tiene más interés en los debates pareciera que el costo político de negarse a debatir es mayor.

De todos modos, se debe reconocer que en los últimos 10 años, en que el PRO lideró las encuestas en Capital siempre fue muy abierto a debatir. Incluso en la última elección legislativa donde las encuestas le daban 35 puntos arriba del segundo, no pusieron mayores condiciones a la hora de aceptar el debate.

Aunque no puedo saberlo con certeza, en esto pudo haber influido el liderazgo de Macri que no solo aceptó él siempre debatir sino que fue muy insistente con sus equipos para que los debates se realicen. Incluso cuando se dio la interna abierta entre Michetti y Larreta.

Otro factor que hizo caer algunos debates fue la pelea entre el Grupo Clarín y el gobierno kirchnerista. En 2011 pese a que el Frente para la Victoria figuraba segundo en las encuestas de jefe de gobierno, el candidato Filmus se negó a participar del debate por orden de Cristina Kirchner. Lo mismo pasó en las legislativas de ese año.

En la provincia de Buenos Aires en 2013 se dio una combinación de los dos factores. Massa encabezaba las encuestas y puso sus condiciones. Insaurralde, el candidato kirchnerista, iba segundo e hizo una contrapropuesta. Siempre creímos que fue por la

negativa de Cristina a que fuera a ese debate. De todos modos Massa, sabiéndose primero, tampoco aceptó aquellas contrapropuestas.

De todos modos, la cultura de que el que va primero no debate está instalada en la política argentina.

**-Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

Sin dudas. Y podemos poner algunos ejemplos de esto.

Menem en 2003 no aceptaba debatir en primera vuelta. Cuando en la segunda vuelta contra Kirchner parecía que perdía (Finalmente se bajó) reclamó debatir.

El kirchnerismo, después del fracaso de 2011 en la Ciudad, revió su estrategia política y terminó aceptando venir a TN en todos los debates posteriores que se hicieron. Siempre en la Ciudad donde las encuestas no los favorecían

Scioli, encabezando las encuestas se negó a debatir tanto en TN como en Argentina

Debate en 2015. Lo primero que hizo después de la primera vuelta y al ver que las encuestas no lo favorecían fue pedir nuevos debates.

En todos estos casos, luego se producía un efecto cascada. Al negarse el primero, el que va segundo no quiere debatir con los que van terceros y así sucesivamente.

En el caso de Scioli hubo una especulación hasta último momento.

**-¿Cómo fue que Scioli desistió de participar en el debate que ustedes organizaron en 2015?**

-Las conversaciones con Scioli arrancaron en 2014. Por ejemplo, hicimos un programa en que todos los precandidatos se comprometían a debatir en las elecciones del año siguiente. Scioli vino, aunque no firmó. Scioli en todo momento dejaba claro que él hablaba no a través de sus palabras sino de sus actos. Su presencia en ese programa fue

planteada en cámara y fuera de ella como una muestra de adhesión a lo que en ese programa se estaba haciendo y teniendo en cuenta el difícil contexto entre el Grupo Clarín y el kirchnerismo al que él representaba.

Después, ya en campaña, hicimos un informe en que los jefes de campaña confirmaban que iban a debatir. Por el lado de Scioli vino Telerman, que aunque lo confirmaba no era del todo claro. Pero supuestamente lo había mandado Scioli a anunciar ese compromiso. Siempre pensábamos que tenía que ver con no exponerse tan tajantemente en un momento en que para parte de sus votantes el grupo clarín era mala palabra.

En las negociaciones posteriores mandaron a Alvaro Rufiner. La presencia de Rufiner era meramente para estar informado. No opinaba sobre las condiciones del debate planteado, no ponía objeciones, pero venía.... Parte del problema era que Scioli no pedía ninguna condición, simplemente se limitaba a venir a la reuniones a escuchar.

Días antes de la fecha, Scioli confirmó que no vendría, aunque dejó abierta la posibilidad de hacerlo en segunda vuelta. Para nosotros un debate presidencial sin el candidato que en ese momento lideraba las encuestas era impensable. Por otro lado sabíamos por la experiencia de los debates previos que habíamos realizado, que sin ese candidato el resto tampoco querría venir. A diferencia de la propuesta de Argentina Debate donde había otros cinco candidatos, en nuestro esquema la posibilidad de un debate mano a mano entre Macri y Massa no parecía viable”

En segunda vuelta intentamos organizar otro debate cuando Scioli desafió a Macri a debatir. Pero Macri quiso repetir el esquema de la primera vuelta. Cuando se le propuso, el mismo día dijo en un corte de una entrevista que estaba dando en el diario de Mariana que aceptaría debatir en las mismas condiciones que la primera vuelta. Así se cerró la opción de hacer un mano a mano entre ellos en TN.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

-Sí. No sé si para evaluar las propuestas y decidir en base a eso. Pero uno ve los gestos de los candidatos y cómo se plantan frente a los desafíos de los rivales. Y aunque sea la foto de todos juntos ya es una muestra de civismo.

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?**

-Esa pregunta la tienen que responder los políticos. Nosotros siempre buscamos que haya un espacio de pluralidad en que todas las voces se puedan escuchar por igual, con mucho respeto por todos los invitados y priorizando siempre a los televidentes. Eso es fundamental. Los debates que se organizan en A Dos Voces están pensados para que lo vean lo mejor posible las personas que están del otro lado de la pantalla.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

-Organizar un debate implica un gran esfuerzo y una fuerte búsqueda de consensos para que todos se queden contentos. El debate ideal no existe. A todos nos gustaría más cruces entre los candidatos o que se abarquen más temas. Lo importante es poder dar un marco para que todos se sientan contenidos.

## **Entrevista 6: Asesor múltiple en debates**

*Trabajó con distintos candidatos y distintos espacios políticos asesorando en debates*

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

Participé en las discusiones de los debates de casi todas las campañas desde 2003 a la fecha en la categoría Presidente, vicepresidente, diputados nacionales, jefe de gobierno. Siempre se concretaron en el marco del programa “A Dos Voces”. En la interna de UNEN 2013 se intentaron hacer en (el canal) América pero finalmente no se concretaron.

En 2003 no se planteó porque mi candidata no quería cruzarse con el candidato favorito (Carlos Menem).

En 2007 con la primera elección de Cristina ni hubo intento.

En 2015 lo organizó gente que no sabía nada de televisión y hubo un conductor que no cumplió las reglas ni su rol de moderador. Los protagonistas son los candidatos. Lo que queda es una imagen, que es el beso y el qué te pasó Daniel (de Macri). Gana el que logra generar una lectura posterior.

**¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó?**

**¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

Todos los que yo participé fueron en el marco de A Dos Voces. Negocié uno en A24. Pero siempre acepté hacerlo ahí porque creí que es el lugar donde se hacen, en que la producción sabe cómo resolver el tema y la complejidad que tiene el asunto.

**-En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?**



-Siempre aceptamos el planteo que los productores de A Dos Voces hacían que en general era siempre el mismo: 3 bloques temáticos, apertura, 8 minutos de debate por tema con una apertura inicial por tema, y cierre.

El tiempo de debate libre es fundamental. Lo que pasó en el presidencial es que sacaron un producto académico. Lo mismo que cuando se hizo el debate a Jefe de Gobierno entre Macri e Ibarra en canal 7. Era una muestra para que nadie estudiara comunicación. Como asesor siempre traté de poner sobre la mesa los temas que saquen las fortalezas de mis candidatos y acotar la participación de los competidores en función de la coyuntura. A veces conviene hacer un debate de 1 y a veces de 5. Obviamente eso se puede negociar en función del lugar que tu candidato ocupa en las encuestas previas.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-Mis candidatos debatieron siempre al menos una vez. Cuando no participaron fue porque las otras propuestas no fueron serias. A Dos Voces trabaja bien y empieza a convocar 10 meses antes. La previsión en campaña es fundamental y el resto no la tiene. A mí me han llamado 15 días antes de las elecciones para ofrecerme debates: eso es un delirio.

Para que entiendas, la agenda de medios se planifica 2 meses antes. Se empieza planificando la última semana, vos elegís cuáles son los diarios, radios, tv de más audiencia o los que tienen la audiencia que te interesa llegar. A partir de eso, planificas de atrás para adelante.

No hubo en general otras propuestas serias. Un debate tiene un nivel de complejidad alto. Y no lo puede conducir cualquiera.

Otro tema es que cuando estás cumpliendo tu objetivo de campaña, cada debate es riesgoso. Entonces en general se prefiere hacer un solo debate.

A veces hablamos con los otros equipos de campaña y puede existir algún acuerdo entre nosotros. LO mismo que la cantidad de participantes. Hay diálogo.

**-Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

-Las encuestas determinan. Los K participaron solo cuando perdían. Por ejemplo, Bielsa o Filmus. En provincia nunca debatieron. Scioli en segunda vuelta fue solo cuando estaba jugado.

La única que debate siempre es Carrió que incluso en las últimas elecciones con encuestas de 50 puntos aceptó debatir.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

No hay reclamo en la sociedad, los debates tienen bajo rating... los políticos hacen lo que la sociedad pide. No se ven tanto, nadie decide su voto por el debate. Y la sociedad tampoco castigó al kirchnerismo por eso. Muchas veces se les da más importancia a los debates de la que tienen. Son un punto más de la campaña, pero las campañas son integrales.

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?**

-No sé si es importante que se institucionalicen.<sup>56</sup> Está bien que estén. La argentina tiene un nivel bajo de práctica institucional. Salvo los políticos con grandes convicciones republicanas, el resto hace lo que la coyuntura manda.

Macri sí fue un modelo porque debatió hasta con Zamora.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

---

<sup>56</sup> El entrevistado entendió en esta pregunta que se refería a la institucionalización por ley.

-Es importante el rol de a dos voces en los debates políticos. Muchas veces solo se hicieron porque la producción del programa insiste hasta que se hace

## **Entrevista 7: Encuestador y consultor**

*Trabajó en las elecciones de 2015 encuestando para uno de los espacios. No participó en debates presidenciales argentinos, salvo como analista.*

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

-No tuvimos participación directa en los debate argentinos. Sí participamos midiendo antes y después del debate y en debates de provincias. A nivel nacional participamos en el debate de Paraguay entrenando a un candidato.

A nivel provincial cuando tuvimos que asesorar, decidimos que nuestro candidato debatiera. Lo hicimos cuando participamos de esa decisión, porque creíamos que nuestro candidato era mucho mejor y que el opositor no era tan bueno. Consideramos, a pesar de que encabezaba las encuestas, que era importante maximizar la diferencia; la intención debía ser ganar por lo máximo posible con la convicción de que aún yendo bien en las encuestas podía mejorar.

**-¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó? ¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

-Lo que hicimos fue ser pillos en las negociaciones. Impulsamos que no haya otros candidatos reforzando la idea de la contradicción y la dicotomía entre nuestro candidato y el que iba segundo en las encuestas. Nuestro candidato era el oficialista y creíamos que tenía margen para crecer.

Lo importante a la hora de decidir participar o no de un debate es tener clara la dicotomía que se plantea y lograr graficar en el debate esa dicotomía. En ese debate se definía presente y futuro contra pasado, porque el opositor era un exgobernador.

Lo importante era lograr graficar alguna dicotomía. Por ejemplo, ¿De qué se acuerda uno del debate presidencial? El “en qué te convertiste Daniel” y el beso de Macri y Awada. Eso mostró la dicotomía.

Respecto a los temas, el organizador hace un listado de temas posibles. Nosotros pedimos alguno más. Después se negocian los tiempos.

Otro tema clave para discutir es qué pasa si alguno de los participantes no va. Eso hay que tratar de aprovecharlo. Es clave negociar el atril vacío en caso de que uno de los participantes no vaya, quede el atril vacío.

Podés usarlo bien como hizo Massa en el debate presidencial para marcar la ausencia de Scioli sin hablar. El éxito del debate es que tengas 30 segundos que puedas usarlos como parte de spot de campaña. Puede haber más de un ganador del debate porque cada uno plantea su spot.

**-En caso de aparición de diferencias entre los organizadores y los equipos de los candidatos, ¿Cómo se resolvían?**

-Un ejemplo de esto es qué cosas podés llevar y qué no. El uso de elementos extra. Cuánto más trabajes en eso antes, mejor; el debate lo ven pocos pero tenés que lograr replicar esos 30 segundos. No recuerdo otras diferencias.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-En toda campaña te volvéis conservador. Existe una falsa creencia de que si vas arriba en las encuestas con el debate podés cagarlo fuerte. Los debates influyen poco. La academia dice que la influencia del debate es mínima porque los que lo ven son los que ya tienen su voto definido. Y los que están indecisos no los ven.

En ese sentido, hay otro mito que es que la gente quiere los debates. La gente siempre va a decir que quiere debate. Pero después no los mira nadie. Por ejemplo cuando

preguntamos por el aborto, el 70% quería que se discutiera. Siempre que uno encuesta le van a decir que quiere debate.

Y si no hay interés real en el debate, nadie podría perder elección por dejar de ir a un debate. Algunos plantean que Scioli perdió por no ir. Yo creo que no. La clave fue la kirchnerización de Scioli que era estructural. Lo del debate fue un elemento circunstancial.

No hay un interés genuino en los debates de idea. Como tampoco nadie lee los programas de gobierno. Si uno los leyera, vería que la mayoría de los partidos hacen copypaste.

Y por eso para los candidatos más inteligentes es más difícil el debate. Porque si la clave es no decir mucho, como le explicaron a Sturzenegger, el que más sabe quiere intentar exponer sus conocimientos. Y esa no es la esencia del debate.

**-Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

-Hay una idea conservadora de que si estás arriba en las encuestas no tenés que dar el debate por miedo a que algún error te haga perder la elección.

Yo no recuerdo de nadie que perdiendo una elección no quiera ir a debatir porque tenés que arriesgar en todos los escenarios. En un debate grande hay muchas cámaras arriesgas mucho.

Más en un país en que no estamos acostumbrados a entrevistas a fondo e incisivas, con muy poca repregunta. Macri no va a C5N, Cristina no va a TN. No hay dinámica de entrevistas picantes. No hay estrés periodístico.

En un debate estás más expuesto porque tenés enfrente a alguien a quien no le interesa quedar bien con vos. No hay control sobre cómo puede salir. Por eso son clave los detalles en la negociación.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

-En el margen. Cambia el voto de muy pocos. Los que más miran son los que están más seguros. Los que menos vínculo tienen, no se sientan a verlos. A esos les llega una imagen. Que es la que podés usar a tu favor.

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial.**

-El sistema político se rehúsa a generar acuerdos por fuera de las reglas electorales básicas. Hasta ahora, el que gana se vuelve conservador y la sociedad no lo reclamaba. La ciudadanía no lo cree necesario y es resistido por el sistema político. En la última elección lograron ordenarlo a partir de una incipiente presión. Lograron articular y simular presión (insiste en la palabra simular). Las encuestas siempre dan que la gente quiere debate. Pero también las encuestas dicen que la gente ve el Canal Encuentro<sup>57</sup>, que prácticamente no tiene rating. Después la gente ve a Tinelli.

De todos modos, en 2015 se dio el punto de partida y para el próximo va a ser difícil que no se haga. Ahora tendría costo y es más difícil decir que no.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

-Ahora hay ley. Ahora va a ser más costoso decir que no. Ahora hay que dar explicaciones de por qué no se va. Pero un debate sigue sin cambiar el rumbo de la elección. Salvo que regales los 30 segundos para el spot.

También puede servir para dejarte en evidencia si faltás a tu palabra, porque evidencias fragilidad en la credibilidad.

---

<sup>57</sup> Canal de cable estatal cultural.





### **Entrevista 8: Periodista Clara Mariño**

*Productora del programa político Tiempo Nuevo, de Bernardo Neustad. Intentó producir los debates de 1983 y 1989.*

**-¿En qué debates u organización de debates televisivos participó? ¿Se concretaron finalmente esos debates? ¿Por qué?**

-En el 83 y el 89. En el 83 yo quería entrar a la producción de Tiempo Nuevo y Bernardo Neustad me pone a prueba para entrar que consiguiera que Alfonsín fuera a debatir. Creo que él ya tenía apalabrado a Luder. Entonces fui a un evento en que estaba Alfonsín. Lo vi salir a Alfonsín de Canal 13 y me pude acercar medio... venía muy rodeado y él me miró y fue muy amable. Y me dijo: “¿Qué querés?”. Yo le dije que “me había encargado Neustad a ver si usted aceptaría un debate con Luder en Tiempo Nuevo”. Tengo la foto de eso. Me miró, me agarró de las manos y me dijo “no querida, no voy a dar debate... vamos a ganar”. Le agradecí, porque fue muy amable, se me tiraron un montón para que no me acercara.

Cuando vuelvo a lo de Bernardo pensé “no entro más porque era un fracaso absoluto”. Y le cuento a Bernardo que lo fui a ver y que no aceptó. Me dice Bernardo. “Vas a empezar a trabajar en Tiempo Nuevo”. Yo me sorprendí. Y él me contesta. “¿Sabés qué pasa? Yo sabía que te iba a decir que no, pero quería probarte para ver si tenés capacidad para ir”. Me tiró la imposible. Pero él era así”

Y ahí yo empecé a trabajar en Tiempo Nuevo. Yo estaba relacionada con él pero no en la producción (trabajaba para la revista Extra).

El otro fue en el 89. Bernardo siempre estuvo obsesionado con los debates.

**-¿Entre quiénes y cómo se organizaron esos debates en los que usted participó?**

**¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

-Alfonsín dijo que no y no. No hubo nada. El me dijo “Vamos a ganar, clara”. Como diciendo que ellos iban a ganar y no iban a debatir. No hubo argumento. Yo no sé si después a Bernardo le dieron otro argumento. Pero me mandó a mí sabiendo que me iba a decir que no. A ver si podía vencer esa resistencia. Pero por ahí ellos ya habían intentado y tenían otro no. No existía la costumbre del debate. Era un hábito extraño y era muy difícil en esa época cualquier tipo de debate. Pero Bernardo siempre estuvo obsesionado por los debates. El veía que en otras partes del mundo, como España... él admiró siempre mucho a la dirigencia política española posfranquista. Y veía que debatían en televisión. Y él quería imponer esa idea del debate en la televisión para la dirigencia política argentina.

De hecho logramos hacer (no presidencial) el debate entre Saadi y Caputo por el tema del Beagle. Que fue un hito...y el que desafía a Saadi fue Caputo, no al revés. Y me dijo “decile a Bernardo que Caputo tiene interés en desafiar a Saadi en este tema, no en el marco de tiempo nuevo, pero quiere que el moderador sea Bernardo, a ver si acepta”. Bernardo aceptó obviamente...

**-¿No fue en Tiempo Nuevo?**

-Lo hizo Bernardo pero no en el marco de Tiempo Nuevo, en el mismo canal (duda sobre qué canal fue). Dijo de hacer formato tipo debate y Saadi aceptó. Y Bernardo al abrir el debate le agradeció a Saadi que lo aceptara como moderador porque Bernardo tenía posición tomada a favor del acuerdo con Chile y le agradeció que, pese a ser moderador con posición tomada, lo aceptara a él como moderador. Eso midió 40 puntos de rating y fue una paliza de Caputo.

**-¿Hubo condiciones para aquel debate?**

-Sí, hubo condiciones pero absolutamente razonables en cuanto a los tiempos, las preguntas, el tiempo para contestar al otro. No hubo condicionamientos de que “este tema no lo toco”. Hubo condicionamientos de reglas de juego para un debate que en la tv no había tradición en la Argentina.

**-¿Fueron tensas?**

-No las recuerdo como complicadas sino como lógicas para un debate tan importante. No recuerdo nada de eso. Fueron bastante lógicas.

**-¿Qué impacto tuvo más allá del rating?**

-Decidió el plebiscito que fue absolutamente abrumador a favor del sí.

**-¿Saadi se pudo haber arrepentido?**

-Los asesores de Saadi cuando terminó el debate lo sacaron en andas diciendo que había triunfado. Una percepción totalmente equivocada. Fue un triunfo muy categórico a favor de Dante Caputo. Quedaron frases famosas, Saadi buscando papeles y una frase muy rara que se repetía que decía Saadi que era “vos estás en las nubes de Ubeda”

**-¿Qué quería decir?**

-No sé... será una expresión de Catamarca.

**-¿No estaba preparado?**

-Fue una paliza de Caputo.

**-¿Cómo fue el debate de la “silla vacía” de 1989?**

-Angeloz – Menem. Estuvo en tratativas, Bernardo se metió. Pero el que no quería era Carlos Menem. Se empezó a preparar dos meses antes por lo menos. En ese momento las relaciones de Bernardo eran más cercanas a Angeloz, pero no tenía mala relación con Menem. Lo último que me dice la gente de Menem después de darme el no definitivo. Dice el gobernador que le diga a Bernardo que él no va a ir ese martes pero va a ir el siguiente martes pero como presidente de la Argentina. Y vino como presidente electo.

**-Dos meses antes. ¿Quién hacía las charlas?**

-Yo, Bernardo... Quizás yo era la primera línea y él también intentaba. Angeloz era el que quería debatir desde el primer momento. Y lo de Menem se estiraba, se estiraba... No nos decían que no de entrada. Por eso ese símbolo de la silla vacía. Porque hasta último momento Bernardo creía que quizás cambiaba.

**-¿Ellos no decían que no ni que sí?**

-Exacto. Sobre el final ya estaba la sensación de que no venía.

**- ¿Cómo se decidieron los temas, formatos y televisación de los mismos?**

-Teníamos la experiencia de lo de Saadi Caputo. Les decíamos a ellos que fijaran las reglas. Les dábamos modelos de la televisión norteamericana, de la televisión europea. Les planteábamos condiciones absolutamente razonables. Pero se frustró porque Menem no quiso. La decisión era si debatía o no. El formato estaba en segundo lugar.

**-¿Por qué?**

-El que está primero en las encuestas, en esa época era, si yo estoy primero en las encuestas por qué me voy a arriesgar. Y como no hay tradición ni ley que te obligue a debatir, rige el no debate.

**-¿Cómo surgió la idea de la “Silla vacía”?**

-Fue una idea de Bernardo que tenía un sentido del show y la televisión. Eran símbolos para que se transformaran en referencia. Se decidió en la semana cuando Angeloz dijo que iba a ir. Sabíamos que Menem no venía. Fue un recurso televisivo.

**-¿Qué repercusión tuvo?**

-Enorme. Está en la historia de la TV.

**-¿Cambio el resultado de la elección?**

-Para mí fue lo mismo. Ganó Menem. No había demanda de la sociedad de debate. En Estados Unidos un candidato se niega a debatir y es un escándalo. Acá no. Y en esa época menos.

**-¿Cuál fue en su/s experiencia/s el aspecto principal que los candidatos tomaron en cuenta a la hora de decidir su participación o no en el debate?**

-La formación política de la Argentina no exige reglas de juego.. que debatan o no debatan... Hoy no debatir sería un problema. Pero en esa época no significaba absolutamente nada. A nadie le gusta el debate. El que va primero no quiere debatir. Estará obligado a debatir. Pero el que va primero arriesga todo. Es así. Es pura lógica

**-¿Ese es el factor principal?**

-Si vos llevas 8 puntos, para que vas a debatir. Si puedo perderlo. Y el otro que me quiere igualar por ahí me tiende trampas porque se juega todo ahí. Por eso, prefiere no debatir. Un debate serviría para convencer al que no va a votar. Pero la política en la Argentina está subdesarrollada. No creo que haya mejorado del 83 en adelante. No hubo una evolución importante en la política

**-¿Hubo intentos de organizar el debate de 1995?**

-Yo no recuerdo que haya habido intentos.

**- Si las encuestas hubieran arrojado resultados diferentes previo a la realización del debate, ¿Cree que los candidatos hubieran tomado decisiones diferentes respecto de su participación o no?**

-Imposible contestar. No había una tradición de debate. No se consideraban necesarios. Y además por ahí Menem no tenía... era astuto. Angeloz era hábil hablando y Menem no tanto en ese momento. Habrá evaluado las posibilidades.

**-¿Cree que los debates sirven para que la ciudadanía decida su voto?**

-No demasiado. A mí personalmente no creo que decidan salvo casos muy especiales. El famoso debate de Keneddy Nixon... hay un estudio que demuestra que los que lo escucharon por radio lo dieron ganador a Nixon y por TV a Kennedy. Y Kennedy gana por poquitos votos. Le sirve más al ciudadano medio que a un profesional como yo.

**-¿Qué dificultades existen en la política argentina por la cual hasta ahora no logró institucionalizarse un debate presidencial?**

-Ahora está por ley. Lo van a tener que aceptar sí o sí. No creo que defina mucho el futuro de la política argentina. Pasa por otros lados. Pero todo lo que acerque el pensamiento de los candidatos a la gente me parece bien.

**-¿Hay algo que no le haya preguntado y quiera decir?**

-En Estados Unidos son más interesantes porque hacen un debate en cada estado e incorporan a gente del público. Son más atractivos que los nuestros. Los nuestros son muy rígidos todavía. Muy solemnes. Como el de Macri y Scioli. Son más atractivos como espectáculo televisivo. Acá tienen miedo, recién empiezan. Hoy todavía los asesores de prensa piden que no les preguntes cosas. Son poco profesionales.